

# **Wo ist der Fuß des Fjordes?**

***Kommunikationsstörende Fehler in deutschen  
Übersetzungen norwegischer Touristenbroschüren***

**Masterarbeit**

**Vorgelegt von Ulrike Ehrle**

**Institutt for litteratur, områdestudier og språk**

**Universität Oslo**

**Betreuerin Cathrine Fabricius Hansen**

## **Vorwort**

Die vorliegende Arbeit zeigt, in wie fern sich deutsche Übersetzungsfehler in norwegischen Touristenbroschüren kommunikationsstörend auswirken können. Zudem wird aufgezeigt, welche Fehlertypen sich besonders häufig als kommunikationsstörend erweisen. Der Arbeit liegt ein Korpus von 126 Broschüren aus ganz Norwegen zugrunde.

Um den Lesefluss nicht zu unterbrechen habe ich Quellenverweise als Fußnoten gesetzt. Zudem verzichte ich auf die umständliche Formulierung mit maskulinen und femininen Endungen bei Substantiven, die Vertreter einzelner Gruppen bezeichnen und halte mich an die traditionelle Formulierung, indem ich Übersetzer, Leser, Tourist etc. schreibe.

Beispiele ohne Fußnoten sind selbst konstruiert. Bei mehrsprachigen Beispielen mit Fußnoten bezieht sich die im Quellenverweis angegebene Seitenzahl auf die Seite in der Broschüre, auf der das deutsche Zitat zu finden ist.

Mein ganz besonderer Dank gilt Cathrine Fabricius Hansen, die diese Arbeit betreut hat, für ihre konstruktive Kritik und Geduld. Ferner bedanke ich mich bei meinen Mitstudenten des ehemaligen Germanistischen Instituts der Universität Oslo für das fleißige Sammeln von Broschüren aus ihren Heimatregionen, bei Familie Lange, die während meines gesamten Studiums eine zuverlässige Testgruppe für mich war und bei Regina Doblies und Edda Petri für ihre hilfreiche Unterstützung.

## Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort.....</b>	<b>1</b>
<b>1. Fragestellung.....</b>	<b>4</b>
<b>2. Vorgehensweise.....</b>	<b>5</b>
<b>3. Textsorte Reisebroschüre .....</b>	<b>6</b>
<b>4. Kommunikationstheorie .....</b>	<b>8</b>
4.1. Erläuterung zentraler Begriffe.....	8
4.2. Sprachliche Fehler und deren Wirkung auf die Kommunikation.....	8
<b>5. Übersetzungstheorie .....</b>	<b>10</b>
5.1. Der Begriff des Übersetzens.....	10
5.2. Verschiedene Übersetzungsmethoden.....	11
5.3 Verschiedene Übersetzungstypen.....	12
5.4. Anforderungen an den Übersetzer.....	13
5.4.1. Allgemeine Anforderungen.....	13
5.4.2. Anforderungen an Übersetzer von Touristenbroschüren .....	23
5.5. Übersetzungskritik.....	26
5.5.1. Verschiedene Typen von Übersetzungsfehlern .....	27
<b>6. Korpus-Material .....</b>	<b>28</b>
6.1. Beschaffung.....	28
6.2. Sortieren der Broschüren.....	29
6.3. Zusammensetzung des Korpus nach unterschiedlichen Kriterien.....	30
<b>7. Methode .....</b>	<b>33</b>
7.1. Über die Probleme, sprachliche Fehler in Touristen-broschüren als kommunikationsstörend zu beurteilen.....	33
7.2. Vorgehensweise bei der Bewertung der Fehler als kommunikationsstörend.....	34
7.3. Vorgehensweise zur Fehlerfindung.....	35
7.4. Klassifizierung der Fehler .....	36
<b>8. Beispiele .....</b>	<b>38</b>
8.1. Fehler im textexternen Bereich .....	38
8.1.1 Kultureme .....	38
8.1.1.1. Personennamen.....	38

8.1.1.2. Orts- und Regionsnamen .....	39
8.1.1.3. Speisen, Getränke, Lebensmittel etc. ....	41
8.1.1.4. Institutionen.....	43
8.1.1.5. Abkürzungen .....	46
8.1.1.6. Sonstiges.....	47
8.1.2. Political Correctness.....	50
8.1.3. Austriazismen / Helvetizismen / andere Dialekte .....	51
8.2. Fehler im textinternen Bereich .....	53
8.2.1. Orthographie.....	53
8.2.2. Morphologie .....	54
8.2.3. Syntax.....	56
8.2.4. Lexik.....	58
8.2.4.1. Falsche Übersetzung einzelner Wörter oder Phrasen.....	58
8.2.4.2. Falsche Freunde.....	62
8.2.4.3. Divergenzbedingte lexikalische Fehler .....	66
8.2.5. Gebrauch falscher Metaphern oder Bilder .....	69
8.2.6. Mischformen.....	69
<b>9. Fehlerstatistik .....</b>	<b>72</b>
9.1. Gesamtanzahl der Fehler .....	72
9.2. Verteilung der Fehlertypen.....	73
9.3. Fehlerhäufigkeit im Verhältnis zum Sprachenumfang.....	75
9.4. Fehlerhäufigkeit im Verhältnis zum Thema.....	76
9.5. Wiederkehrende Fehler .....	76
<b>10. Bewertung der Ergebnisse .....</b>	<b>78</b>
<b>11. Fazit .....</b>	<b>81</b>
<b>12. Ausblick.....</b>	<b>82</b>
<b>13. Literaturverzeichnis .....</b>	<b>84</b>
<b>14. Anhang .....</b>	<b>86</b>
14.1. Tabelle I Übersicht über das Korpus.....	86
14.2. Tabelle II Fehlerstatistik.....	93
14.3. Tabelle III Wiederkehrende Fehler.....	100

# 1. Fragestellung

Jeder, der viel reist, ist sicher schon einmal mit fehlerhaft übersetzten Reisebroschüren in Berührung gekommen. Oft schmunzelt man über solche Übersetzungsfehler und malt sich aus, wie es wäre, wenn bei einem Veranstalter, der mit *Kleidung und Aussteuer inkludiert*<sup>1</sup> wirbt, wirklich die Brautausstattung im Preis enthalten wäre, wie *Ein Ort, den ich oft heimsuche*<sup>2</sup> nach einer solchen Heimsuchung wohl aussehen könnte, wie *Ostererlebnisse mit dem Fremdenführer*<sup>3</sup> den Feiertagen eine romantische Note geben könnten oder wie eine Herde Rollstuhl fahrender Rentiere in *Fanggruben für wilde Rentiere. Behinderten-gerecht angelegt*<sup>4</sup> purzelt.

Manchmal ist man entsetzt, dass so etwas überhaupt gedruckt und als Information angeboten wird, und manchmal versteht man überhaupt nichts.

Da ich selbst als Touristguide in den Sprachen Deutsch, Englisch und Norwegisch gearbeitet habe und als Übersetzerin tätig bin, ist mir bekannt, dass sprachliche Kompetenz mitunter nicht als sonderlich wichtig angesehen wird. Zum einen kosten gute Übersetzer Geld, und so versucht man oft, Geld zu sparen, indem man die Aufträge an weniger qualifizierte Personen vergibt, die billiger sind. Zum anderen scheinen viele Auftraggeber von Übersetzungen von Touristenbroschüren die Meinung Schleiermachers zu teilen, dass „das Übertragen auf diesem Gebiet fast nur ein mechanisches Geschäft [ist], welches bei mäßiger Kenntnis beider Sprachen jeder verrichten kann, und, wenn nur das offenbar falsche vermieden wird, wenig Unterschied des besseren und schlechteren statt findet“<sup>5</sup>. Ein weiterer Grund dürfte auch die relativ hohe Toleranzschwelle der Touristen sein, die sich über kostenloses Werbematerial freuen und daher keine große Erwartungshaltung an die Qualität der Texte haben. Viele werden sich sowieso eher für die Fotos und Übersichtskarten als für die Texte interessieren.

---

<sup>1</sup> Vgl.: The Fjords Guide 2004, S.31

<sup>2</sup> Vgl.: -på solsiden av Oslofjorden 2004, S.41

<sup>3</sup> Vgl.: Finnmark 2004 S.52

<sup>4</sup> Vgl.: Finnmark 2004 S.52

<sup>5</sup> Vgl.: Schleiermacher, zitiert in Reiss 2000, S.31

Ziel meiner Arbeit ist es aufzuzeigen, dass fehlerhafte Übersetzungen nicht nur amüsant sind, sondern Miss- oder Unverständnis hervorrufen können, was sich auch negativ auf den Informationsgehalt und den Werbeeffekt solcher Broschüren auswirkt.

Ein zweites Ziel meiner Arbeit ist es herauszufinden, welche Typen von Übersetzungsfehlern eine Kommunikationsstörung bewirken können, d.h. dass der Leser die zu vermittelnde Botschaft nur äußerst fehlerhaft oder gar nicht erhält, so dass es zu Miss- oder Unverständnis kommt. Da im Fremdsprachenunterricht an den Schulen der kommunikative Aspekt der Sprachen immer wichtiger wird, kann die Fehleranalyse in dieser Arbeit auch Aufschluss darüber geben, welche Elemente im Fremdsprachenerwerb für die reibungslose Kommunikation in der Fremdsprache wichtig und welche weniger wichtig sind.

Eine weitere Fragestellung dieser Arbeit ist, ob bestimmte Reisebroschüren mehr Exemplare bestimmter Fehlertypen enthalten als andere, und ob es hierbei auch regionale Unterschiede gibt.

Ein interessanter Aspekt ist zudem, ob es bestimmte für Touristenbroschüren typische Wörter oder Redewendungen gibt, die immer wieder falsch übersetzt werden.

Da nicht in allen Broschüren angegeben ist wer für die Übersetzung verantwortlich ist, kann nicht untersucht werden, inwieweit die Menge der kommunikationsstörenden Fehler mit dem Faktum zusammenhängt, ob in die Muttersprache oder in die Fremdsprache übersetzt wird.

In dieser Untersuchung geht es um die Übersetzung vom Norwegischen ins Deutsche. Daher wird das Ergebnis nicht ohne Weiteres auf andere Sprachen übertragbar sein.

## **2. Vorgehensweise**

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit schriftlichen Übersetzungen in Form von Reisebroschüren. Zunächst wird in Kapitel 3 näher auf die Textsorte von Reisebroschüren eingegangen. Kapitel 4 befasst sich mit der Erläuterung zentraler Begriffe der Kommunikationstheorie und zeigt die Wirkung sprachlicher Fehler in der Kommunikationskette auf.

Kapitel 5 widmet sich der Übersetzungstheorie. Zunächst wird der Begriff des Übersetzens näher erläutert, und es werden verschiedene Übersetzungsmethoden sowie Übersetzungstypen vorgestellt. Im Anschluss werden die Anforderungen an Übersetzer aufgezeigt. Ein weiterer Unterpunkt befasst sich mit der Übersetzungskritik, und es werden verschiedene Typen von Übersetzungsfehlern vorgestellt. Kapitel 6 enthält Informationen zur Beschaffung und dem Sortieren des Korpus sowie dessen Zusammensetzung. Das Methodekapitel 7 beschreibt die Probleme, sprachliche Fehler als kommunikationsstörend zu beurteilen und enthält Informationen zur Vorgehensweise bei der Fehlerbewertung sowie Fehlerfindung. Zudem wird in einem weiteren Unterpunkt die Klassifizierung der Fehler in verschiedenen Kategorien näher erläutert. Im Beispielkapitel 8 werden dann einige im Korpus gefundene Fehler in den jeweiligen Kategorien vorgestellt. Im Kapitel 9 geht es um die Fehlerstatistik, die in Kapitel 10 bewertet wird. Ein Fazit der Untersuchung wird in Kapitel 11 präsentiert, und Kapitel 12 bietet einen Ausblick auf weitere mögliche Untersuchungen.

### 3. Textsorte Reisebroschüre

Reisebroschüren gehören zur Gruppe der Werbeschriften, laut Duden 2003 „*kleinere, meist bebilderte Schrift (in Form eines Faltblattes o.Ä.), die der Information u. Werbung dient*“, und umfassen somit Prospekte, Folder, und Broschüren. Sie sollen nicht nur über eine Region, Stadt, Hotel, Sehenswürdigkeit etc. informieren, sondern auch gleichzeitig dafür werben. Diese Texte haben somit sowohl eine informative als auch eine appellative Funktion. In dieser Doppelfunktion unterscheiden sie sich von der Textsorte der Reiseführer, die in erster Linie informieren sollen<sup>6</sup>. Zudem werden, im Gegensatz zu Reiseführern, deren Herausgeber meistens nicht aus der beschriebenen Region kommen (es handelt sich hier meist um fremde Verlage, ehemalige Reisende etc.), Reisebroschüren von Leuten herausgegeben, die eng mit den jeweiligen Regionen verbunden sind (Tourist-Informationen, Kommunen, Hotelbesitzer, Museen etc.).

Zielgruppe von Reisebroschüren sind in der Regel Touristen mit unterschiedlichem sozialen und intellektuellen Hintergrund, die entweder noch zu Hause in ihrer Heimat oder

---

<sup>6</sup> Vgl.: Neumann 2003, S. 88 f

schon vor Ort in der Ferienregion sind und sich näher über Aktivitäten, Unterkünfte, Sehenswürdigkeiten etc. informieren möchten, um anhand dieser Informationen den Verlauf ihres Urlaubs zu planen. Da sich diese Zielgruppe aus Angehörigen verschiedener Nationen zusammensetzt, sind die Broschüren meistens in mehrere Sprachen übersetzt. Im Unterschied zu Ländern, die sich auf den so genannten „Abenteuertourismus“ spezialisiert haben und sich mit ihrer Tourismuswerbung vorwiegend an jüngere Individualreisende wenden, richtet sich die Tourismuswerbung in Norwegen an alle Altersschichten und sowohl an Individualtouristen als auch an Familien und Reisegruppen.

Reisebroschüren bestehen aus mehreren Elementen wie z.B. Texte, Bilder, Karten, Stadtpläne, Fahrpläne etc. Diese Elemente ergänzen einander. Da der visuelle Aspekt bei solchen Werbebroschüren eine große Rolle spielt, beträgt der Bildanteil ca. 30-50 %<sup>7</sup>. Bilder und Text befinden sich meistens auf der gleichen Seite und wechseln einander dort oft ab, während Karten, Stadtpläne, Fahrpläne etc. oft vom Text getrennt auf eigenen Seiten zu finden sind.

Der Text besteht meist aus einfach strukturierten Sätzen und nicht allzu komplizierten Wörtern und Ausdrücken, so dass er für alle Angehörigen der Zielgruppe leicht verständlich ist und beim Lesen nicht sehr viel Zeit beansprucht. Außerdem werden häufig bekannte Redewendungen und Metaphern verwendet, um beim Leser Vertrauen zu erwecken und somit eine positive Einstellung gegenüber der Textbotschaft hervorzurufen. Inhaltlich werden in der Regel Dinge vermittelt, für die kein spezielles Vorwissen erforderlich ist, um dadurch möglichst viele Leser zu erreichen.

Wie in Werbeanzeigen werden oft so genannte „Blickfänger“ (Bilder, Zeichnungen, Slogans in fetter Schrift) verwendet, um die Aufmerksamkeit des Lesers zu erwecken. Außerdem werden auch oft Klischees aus der Tourismuswerbung verwendet (weißer Strand, Sonnenuntergang am Meer, weißes Schiff auf blauem Meer, fröhliche Menschen, gedeckter Tisch mit Alkohol und Delikatessen etc.). Durch ihren relativ hohen Bildanteil können Reisebroschüren eine größere Zielgruppe erreichen als die oben genannten textlich umfangreicheren Reiseführer.

---

<sup>7</sup> Siehe Tabelle I im Anhang



## **4. Kommunikationstheorie**

### **4.1. *Erläuterung zentraler Begriffe***

Kommunikation ist laut Hansen<sup>8</sup> die Verständigung der Menschen durch Zeichen. Diese Verständigung kann sowohl verbal als auch non-verbal, sowohl schriftlich als auch mündlich sein. Die vorliegende Arbeit bezieht sich auf die schriftliche verbale Kommunikation. Kernstück der Kommunikationskette sind der Sender, der die Zeichen „aussendet“, also bei einer verbalen Kommunikation die Sprachhandlung ausführt, und der Empfänger, der die Zeichen „empfängt“. Sowohl Sender als auch Empfänger können nicht nur aus Einzelpersonen, sondern auch aus mehreren Personen oder Gruppen bestehen, z.B. wenn eine Staatsregierung eine Mitteilung an ihr Volk „sendet“. Gegenstand der Kommunikation ist die Mitteilungsabsicht des Senders. Er erwartet vom Empfänger eine Reaktion. Damit die Kommunikation gelingt, muss der Sender sich dem Empfänger so mitteilen, dass dieser die Intention des Senders versteht und entsprechend darauf reagieren kann.

Bisweilen kommt es vor, dass der Sender nicht in der Lage ist, sein Anliegen dem Empfänger auf eine verständliche Weise zu übermitteln, z.B. wenn der Empfänger die Sprache des Senders nicht versteht. Dann wird eine weitere „Station“ in der Kommunikationskette eingeschaltet, die dem Empfänger die Intention des Senders vermittelt.

### **4.2. *Sprachliche Fehler und deren Wirkung auf die Kommunikation***

Sprachliche Fehler können zwar den Erfolg sprachlichen Handelns beeinträchtigen oder verhindern, jedoch ist dieses nicht immer leicht nachzuweisen<sup>9</sup>.

Nach Schnelle<sup>10</sup> gilt eine Sprachhandlung für den Sender dann als gelungen, wenn er davon ausgehen kann, dass der Empfänger die Äußerung nicht nur sprachlich verstanden hat, sondern auch den damit verbundenen Sprechakt. Wenn also in einer Broschüre der Hurtig-

---

<sup>8</sup> Vgl.: Hansen 2001, S.13

<sup>9</sup> Vgl.: Kolde 1980, S. 172

<sup>10</sup> Zitiert in Kolde 1980, S. 175

ruten die sprachliche Äußerung *Die schönste Seereise der Welt* steht, ist diese Äußerung nicht nur eine Behauptung, sondern sie beinhaltet auch die Aufforderung, mit Hurtigruten zu reisen. Nach Kolde<sup>11</sup> kann daher der Erfolg einer Sprachhandlung vom Sender selbst beurteilt werden, indem er kontrolliert, ob der Empfänger die durch die Äußerung intendierte Handlung ausübt oder nicht. Jedoch räumt er ein, dass auch dem Empfänger eines Sprechakts eine nicht unbedeutende Rolle zukommt, indem dieser entweder Nichtverstehen signalisieren kann oder der Intention der Sprachhandlung aus anderen Gründen nicht nachkommt.

Bei einem sprachlichen Fehler durch den Sender gibt es nach Kolde also für den Empfänger drei Möglichkeiten damit umzugehen<sup>12</sup> (sofern ihm bewusst ist, dass ein Fehler vorliegt):

- der Fehler ist so gravierend, dass er den Satz / die Sätze überhaupt nicht verstehen kann
- er prüft mehrere unterschiedliche Interpretationsarten des fehlerhaften Satzes, um den eigentlichen Sinn herauszufinden
- er hat weder Zeit noch Lust sich mit den unterschiedlichen Interpretationsarten zu beschäftigen, was daher zu einem Misserfolg der Kommunikation führt

Es gibt allerdings auch die Situation, in der dem Empfänger überhaupt nicht bewusst ist, dass ein Fehler vorliegt und er aus diesem Grunde falsche Schlüsse zieht. Wenn z.B. in einer norwegischen Broschüre *Økologisk gard med villsau*<sup>13</sup> steht und dies in der deutschen Fassung mit *Ökologischer Bauernhof mit Wildschweinen* übersetzt ist, wird dem deutschen Leser (wenn er kein Norwegisch kann) gar nicht bewusst sein, dass hier ein Fehler vorliegt, denn der Satz ist grammatisch korrekt und ergibt auch inhaltlich einen Sinn (warum sollte es auf einem ökologischer Hof im Ausland keine Wildschweine geben?).

All dies zeigt, dass der Sender nicht immer die Ursachen dafür erkennen kann, wenn der Empfänger die durch die Äußerung intendierte Handlung nicht ausübt. Bei mündlicher Kommunikation, wo Sender und Empfänger direkten Kontakt miteinander haben, kann der Empfänger durch explizites Nachfragen („Wie ist das gemeint?“, „Kannst du das noch

---

<sup>11</sup> Vgl.: Kolde 1980, S. 176

<sup>12</sup> Vgl.: Kolde 1980, S. 177 ff

<sup>13</sup> Vgl. Norge / Norway / Norwegen 2004 / 2005 Bygdeturisme – Gardsmat, S. 65

einmal erklären?“, „Das habe ich nicht verstanden“ etc.), Bestätigen / Nichtbestätigen (Ja / Nein) oder weniger explizite, jedoch kulturell anerkannte Zeichen (Kopfnicken, Stirnrunzeln etc.) signalisieren, inwieweit er der Kommunikation folgt. Auch der Sender kann direkt berichtigend eingreifen, wenn er merkt, dass der Empfänger etwas nicht oder falsch verstanden hat. Bei schriftlicher Kommunikation ist das in direktem Schriftwechsel (Brief, E-Mail etc.) noch begrenzt möglich. Wenn aber Sender und Empfänger sowohl räumlich als auch zeitlich voneinander getrennt sind, ist diese Art der „Kommunikationskontrolle“ nicht mehr gegeben. Daher ist eine präzise Äußerung des Senders sehr wichtig, um Missverständnisse möglichst auszuschalten.

## 5. Übersetzungstheorie

### 5.1. *Der Begriff des Übersetzens*

Der Begriff des Übersetzens wird im allgemeinen Sprachgebrauch sowohl für das mündliche als auch für das schriftliche Übertragen von einer Sprache in eine andere benutzt. In der Übersetzungswissenschaft unterscheidet man allerdings zwischen dem mündlichen Übertragen, dem *Dolmetschen*, und dem schriftlichen Übertragen, dem *Übersetzen*<sup>14</sup>. Koller unterscheidet drei verschiedene Arten der Übersetzung<sup>15</sup>:

- Die intersemiotische Übersetzung  
Hierbei handelt es sich um die Wiedergabe eines Textes in anderen Zeichen. So werden z.B. an Touristenattraktionen in der Landessprache geschriebene Hinweisschilder für ausländische Touristen manchmal als Piktogramm übersetzt.
- Die intralinguale Übersetzung  
Bei dieser Art der Übersetzung wird innerhalb einer Sprache übersetzt, z.B. wenn ein Fachtext einem Laienpublikum verständlich gemacht werden soll.
- Die interlinguale Übersetzung  
Diese Übersetzung findet zwischen unterschiedlichen Sprachen statt, z.B. wenn eine norwegische Touristenbroschüre ins Deutsche übersetzt wird.

---

<sup>14</sup> Vgl.: Koller 2004, S.12

<sup>15</sup> Vgl.: Koller 2004, S.83ff

Die Abgrenzung zwischen interlingualer und intralingualer Übersetzung ist nicht immer klar und hängt davon ab, wie man den Begriff *Sprache* definiert<sup>16</sup>. So gelten beispielsweise der bairische und der ostfriesische Dialekt nicht als eigenständige Sprachen, sondern als Varietäten des Deutschen. Eine Übertragung eines ostfriesischen Textes ins Bairische gilt demnach als intralinguale Übersetzung, während eine Übertragung vom Ostfriesischen ins Niederländische als interlingual gilt, obwohl das Ostfriesische mit dem Niederländischen mehr Gemeinsamkeiten hat als mit dem Bairischen.

Die vorliegende Arbeit behandelt schriftliche interlinguale Übersetzungen, da Deutsch und Norwegisch eindeutig als Einzelsprachen definiert sind und das Korpus dieser Arbeit aus schriftlichem Material besteht.

## **5.2. Verschiedene Übersetzungsmethoden**

Beim Übersetzen gibt es unterschiedliche Methoden, denen sich der Übersetzer bedienen kann. Nach Hansen<sup>17</sup> gibt es drei verschiedene Übersetzungsmethoden:

- Die Wort-für-Wort-Übersetzung

Hier wird wörtlich übersetzt und die Syntax der Ausgangssprache beibehalten:

*No: I vår butikk kan du kjøpe norske suvenir*

*De: In unserem Geschäft du kannst kaufen norwegische Souvenirs*

- Die wörtliche Übersetzung:

Hier wird wörtlich übersetzt, jedoch wird die Syntax den Regeln der Zielsprache angeglichen:

*No: I vår butikk kan du kjøpe norske suvenir*

*De: In unserem Geschäft kannst du norwegische Souvenirs kaufen*

- Die idiomatische Übersetzung

Hier wird nicht nur die Syntax der Zielsprache angeglichen, sondern auch die Wortwahl wird stilistisch angepasst:

---

<sup>16</sup> Vgl.: Koller 2004, S.84

<sup>17</sup> Vgl.: Hansen 2001, S.22

*No: I vår butikk kan du kjøpe norske souvenir*

*De: In unserem Geschäft können Sie norwegische Souvenirs kaufen*

Je nach Übersetzungsauftrag und Textsorte muss der Übersetzer sich für die geeignete Methode entscheiden. Im Falle der dieser Arbeit zugrunde liegenden Touristenbroschüren handelt es sich um informatives Werbematerial, das leicht verständlich sein muss. Daher sollten Übersetzungen in Touristenbroschüren idiomatische Übersetzungen sein.

### **5.3 Verschiedene Übersetzungstypen**

Abhängig vom Zweck der Übersetzung gibt es unterschiedliche Übersetzungstypen. Hansen unterscheidet zwischen drei verschiedenen Übersetzungstypen<sup>18</sup>:

- Die Übersetzung zum Erlernen von grammatischen Strukturen:  
Diesen Übersetzungstyp gibt es im Fremdsprachenunterricht, wobei alle drei Methoden angewandt werden können.
- Die pragmatische Übersetzung:
  - Dokumentarisch informierend:  
Hier wird der Ausgangstext möglichst genau wiedergegeben, um dem Zieltextempfänger ein unverfälschtes Bild des Ausgangstextes zu vermitteln. Diesen Typ gibt es z.B. in der Literaturwissenschaft, um Stilmittel fremdsprachiger Autoren analysieren zu können, oder wenn z.B. fremdsprachige Zeitungsartikel übersetzt zitiert werden. Auch bei diesem Typ können alle drei Methoden angewandt werden. Eventuelle Fehler im Ausgangstext werden im Zieltext nicht korrigiert.
  - Kommunikativ einbeziehend  
Bei diesem Übersetzungstyp stellt sich der Übersetzer völlig auf die Bedürfnisse der Zieltextempfänger ein, wie es z.B. beim Übersetzen von Werbetexten oder Gebrauchsanweisungen der Fall ist. Es wird die idiomatische Methode angewandt, wobei eventuell auch für den Zieltextempfänger wichtige Informationen eingefügt oder unwichtige Informatio-

---

<sup>18</sup> Vgl.: Hansen 2001, S.25ff

nen weggelassen werden können. Deiktische Ausdrücke müssen ggf. umformuliert werden. Eventuelle Fehler im Ausgangstext sollten im Zieltext korrigiert werden. Idealerweise sollte bei diesem Typ dem Text nicht anzumerken sein, dass es sich um eine Übersetzung handelt.

- Die Bearbeitung:

Dieser Typ ist erforderlich, wenn die Bedürfnisse der Zieltextempfänger sich deutlich von denen der Ausgangstextempfänger unterscheiden, z.B. wenn man ein Stück von Ibsen für heutige Jugendliche neu übersetzt. Der Übersetzer hat hier mehr Freiheiten als bei den anderen Übersetzungstypen, jedoch muss die Botschaft des Ausgangstextes erhalten bleiben.

Bei der Übersetzung von Touristenbroschüren ist die pragmatische Übersetzung in ihrer kommunikativ einbeziehenden Variante gefordert.

## **5.4. Anforderungen an den Übersetzer**

### **5.4.1. Allgemeine Anforderungen**

Bei der Übersetzung wird die Kommunikationskette noch um den Übersetzer erweitert, der zwischen dem Sender und dem Empfänger steht. Er muss die Botschaft des Senders für den Empfänger verständlich machen und hat dadurch eine Vermittlerrolle<sup>19</sup>: Er muss die Nachricht des Senders nicht nur präzise verstehen, sondern auch präzise weitervermitteln können<sup>20</sup>. Auch wenn also der Sender gegenüber seiner muttersprachlichen Zielgruppe sehr präzise Äußerungen macht, können diese durch fehlerhaftes Übersetzen bei der fremdsprachlichen Zielgruppe zu Missverständnissen oder Unverständnis führen.

Laut Hansen<sup>21</sup> brauchen Übersetzer „*ein umfassendes Wissen über die Kultur und Gesellschaft der Sprachgemeinschaften, für deren Mitglieder sie übersetzen*“. Übersetzer sind also auch „Kulturmittler“. Sie müssen mit den Normen und Konventionen sowohl in ihrer eigenen Kultur als auch der Kultur, in deren Sprache sie übersetzen, vertraut sein. Sie „*müssen die grammatische Struktur von Ausgangssprache und Zielsprache beherrschen*“.

---

<sup>19</sup> Vgl.: Hansen 2001, S.14

<sup>20</sup> Vgl.: Hansen 2001, S.11

<sup>21</sup> Vgl.: Hansen 2001, S.11f.

*und mit dem Umgang von Hilfsmitteln wie Grammatiken, Wörterbüchern, Datenbanken und Lexika vertraut sein“.* Sie müssen „wissen, wo sie fehlende Informationen einholen können“ und „das im Originaltext Gemeinte verstehen“.

Der Übersetzer muss sich zunächst mit den textexternen Faktoren auseinander setzen. Er muss sich über die Zielgruppe seiner Übersetzung informieren, über deren Vorwissen und deren Fähigkeit, Information zu verarbeiten. Weiterhin muss er herausfinden, welchem Zweck sowohl der Ausgangstext als auch die Übersetzung dienen sollen (Appell, Information, Darstellung, Kunst etc.). Danach muss er sich mit den textinternen Faktoren wie Inhalt und Stil auseinander setzen. Oft kommt es z.B. vor, dass ein Übersetzer Fachtexte aus einem ihm fremden Fachgebiet übersetzen muss. Dann wird er wahrscheinlich einige Zeit brauchen, um den Inhalt völlig zu verstehen. Hat er den Inhalt verstanden, muss er untersuchen, wie der Text inhaltlich aufgebaut ist und welche Stilmittel verwendet wurden. Weiterhin hat er sich, falls der Übersetzungsauftrag nicht etwas anderes verlangt, mit den konnotativen Werten des Ausgangstextes auseinander zu setzen. Koller<sup>22</sup> unterscheidet hierbei:

- Konnotationen der Stilschicht  
Hier geht es darum, welches Sprachniveau der Ausgangstext hat (gehoben, umgangssprachlich, Slang etc.).
- Konnotationen sozial bedingten Sprachgebrauchs  
Hierbei ist zu prüfen, ob der Ausgangstext Ausdrücke enthält, die bestimmten sozialen Gruppen (Teenager, Künstler, Geschäftsleute etc.) zugeordnet werden können.
- Konnotationen der geographischen Zuordnung  
Hier geht es um den Gebrauch von Dialekten als Abgrenzung zur Standardsprache oder auch als Abgrenzung zu anderen Dialekten, wie dies oft in literarischen Werken der Fall ist, z.B. in der *Dina* Trilogie von Herbjørg Wassmo.
- Konnotationen des Mediums  
Hier geht es darum, ob der Ausgangstext im Stil der geschriebenen oder der gesprochenen Sprache verfasst ist.

---

<sup>22</sup> Vgl.: Koller 2004, S.243ff

- Konnotationen der stilistischen Wirkung  
Hierbei muss der Übersetzer prüfen, ob der Ausgangstext stilistisch mit veralteten, manierierten, bildhaften etc. Ausdrücken gestaltet wurde.
- Konnotationen der Frequenz  
Hier geht es darum, welche Gebrauchsfrequenz die Wörter im Ausgangstext in der Ausgangssprache haben.
- Konnotationen des Anwendungsbereichs  
Hier ist zu prüfen, ob der Ausgangstext für Laien verständlich oder in einer bestimmten Fachsprache verfasst ist.
- Konnotationen der Bewertung  
Hier geht es darum, ob die Wortwahl des Ausgangstextes positiv, negativ oder ironisch ist.

Hat der Übersetzer diese Vorarbeit geleistet, kann er mit der eigentlichen Übersetzungsarbeit beginnen.

Hier kann es für den Übersetzer bei der Wahl entsprechender Zielsprachenausdrücke für Ausdrücke in der Ausgangssprache zu Problemen kommen. Koller unterscheidet fünf verschiedene Entsprechungstypen<sup>23</sup>:

- Die Eins-zu-eins-Entsprechung  
Ein Ausdruck der Ausgangssprache hat nur eine Bedeutung, und ihm steht in der Zielsprache auch nur ein Ausdruck mit der selben Bedeutung gegenüber, z.B.:

*No: Femti*

*De: Fünfzig*

Sofern der Übersetzer über einen großen Wortschatz in beiden Sprachen oder gegebenenfalls über ein gutes Wörterbuch verfügt, bietet dieser Entsprechungstyp beim Übersetzen im Allgemeinen keine Probleme.

---

<sup>23</sup> Vgl.: Koller 2004, S.228ff.



- Die Diversifikation (Eins-zu-viele-Entsprechung):  
Ein Ausdruck in der Ausgangssprache hat mehrere Bedeutungen, für die es in der Zielsprache unterschiedliche Ausdrücke gibt, z.B.:

*No: Slange*

*De: Schlange, Schlauch*

Hier lässt sich in den meisten Fällen aus dem Textzusammenhang erschließen, welcher der zur Auswahl stehenden Zielsprachenausdrücke zu verwenden ist. Mitunter kann es in diesem Bereich aber auch zu Problemen für den Übersetzer kommen, wenn es z.B. um norwegische Berufsbezeichnungen für einzelne Personen geht. Diese haben in den meisten Fällen nur ein neutral verwendetes Genus (*lærer, lege, arkitekt etc.*). Im Deutschen hingegen haben Berufsbezeichnungen für einzelne Personen immer eine Genusendung, je nachdem, ob man von einer Frau oder einem Mann spricht (*Lehrer / -in, Arzt / Ärztin, Architekt / -in, etc.*). Nicht immer ist aus dem Textzusammenhang ersichtlich, ob es sich hier um eine weibliche oder männliche Person handelt. Der Übersetzer muss sich dann entscheiden, ob er die Person neutral umschreibt oder ob er ihr ein bestimmtes Genus zuordnet.

- Die Neutralisation (Viele-zu-eins-Entsprechung)  
Hier gibt es in der Ausgangssprache mehrere Ausdrücke, denen in der Zielsprache nur ein Ausdruck zur Verfügung steht, z.B.:

*No: Venn / Vennine, Kjæreste*

*De: Freund / Freundin*

Hier muss der Ausdruck, je nachdem was gemeint ist, in der Zielsprache näher präzisiert werden, entweder mit einem Possessivpronomen (*mein / meine Freund / -in*) oder in einer Präpositionalphrase (*ein / -e Freund/in von mir*).

- Die Eins-zu-Teil-Übersetzung

Hier deckt der Zielsprachenausdruck nur einen Teil des Bedeutungsspektrums des Ausgangssprachenausdrucks ab, wie z.B.:

*No.: flink*

*De.: gut, tüchtig, begabt, geschickt*

Für welchen der drei deutschen Ausdrücke man auch immer sich bei der Übersetzung entscheidet, wird man stets nur einen Teil dessen ausdrücken, was das norwegische Wort *flink* beinhaltet.

- Die Eins-zu-null-Entsprechung (Lücke)

Hier gibt es in der Zielsprache keine Entsprechung. Meist handelt es sich um so genannte Kultureme. Dies sind laut Hansen<sup>24</sup> „*Gegenstände oder Sachverhalte, die es nur in einer Sprachgemeinschaft gibt, oder die auf eine besondere Art aufgefasst werden...*“. Ein Beispiel hierfür ist das norwegische Wort *Rømmegrøt*. In Norwegen weiß jeder, dass damit Sauerrahmgrütze mit Zimt und Zucker gemeint ist. Ein Deutscher, der noch nie in Norwegen war und wenig über das Land weiß, wird sich unter dem Begriff nichts vorstellen können. Es gibt in diesem Fall für den Übersetzer laut Hansen sechs Möglichkeiten, diese so genannte *Lücke* zu schließen<sup>25</sup>:

→ Die Übernahme als *Zitatwort* in Anführungsstrichen, z.B.:

*No.: ...Petter Dass' tekster i Nordlands Trompet –*

*De.: ...den Texten von Petter Dass aus der „Nordland Trompete“<sup>26</sup>*

Diese Methode setzt allerdings beim Empfänger eine gewisse Kenntnis des fremden Kulturrahmens voraus und ist von daher bei der Übersetzung von Touristenbroschüren nicht sehr geeignet. Was Hansen in dieser Kategorie nicht erwähnt, ist noch eine Nebenkategorie, nämlich das Zitatwort ohne Anführungsstriche, wobei der Begriff zusätzlich erklärt wird z.B.:

*No.: man kan kjøpe lefse*

*De.: man kann Lefse (norwegisches Gebäck) kaufen*

<sup>24</sup> Vgl.: Hansen 2001, S. 61

<sup>25</sup> Vgl.: Hansen 2001, S. 62 f.

<sup>26</sup> Vgl.: Hurtigruten: Kunst mit ewigem Leben

- Die Übernahme als *Lehnwort*, wobei der Begriff der Ausgangssprache in die Zielsprache übernommen wird, dieser aber in Rechtschreibung, Endungen und Lautung angepasst wird, z.B.:

*No.: ... melde fra til sysselmannen*  
*De.: ...beim Sysselmann vorzulegen*<sup>27</sup>

- Die *Lehnübersetzung*, wobei der Begriff ganz oder teilweise wörtlich übersetzt wird, wie z.B.:

*No.: Rømmegrøt*  
*De.: Sauerrahmgrütze*

- Die *analoge Übersetzung*, wobei in der Zielsprache ein Begriff benutzt wird, der aus einem gleichen oder ähnlichen Bereich stammt, wie z.B.:

*No.: Julenissen*  
*De.: Weihnachtsmann*

- Die *erklärende Übersetzung*, wobei der Begriff übersetzt wird, jedoch noch einen Zusatz in Klammern erhält, der dem Bedarf des Empfängers und der Textfunktion angepasst wird, z.B.:

*No.: Gamle Kirke*  
*De.: die alte Kirche (Gamle Kirke)*

Hier erklärt die Übersetzung den Begriff, während der Zusatz darauf hinweist, auf welche Beschreibung man auf der Suche nach dieser Sehenswürdigkeit achten muss.

- Die *adaptierende Übersetzung*, die für Übersetzungen von Institutionen und Einrichtungen gilt. Hier wird nach einer der Institution der Ausgangssprache vergleichbaren Institution in der Zielsprache gesucht, z.B.:

*No.: DNT*  
*De.: der norwegische Wanderverband*

---

<sup>27</sup> Vgl.: Svalbard 2003, S.7

Übersetzer müssen auch berücksichtigen, dass es in den verschiedenen Kulturen, zwischen denen sie übersetzen, unterschiedliche Konnotationen und Assoziationen gibt<sup>28</sup>. Die norwegische Redewendung *rosinen i pølsa* drückt zum Beispiel etwas sehr Positives aus, während das Bild einer *Rosine in der Wurst* bei einer wörtlichen Übersetzung ins Deutsche bei den meisten Lesern eher ein Gefühl des Ekels hervorrufen würde. Und wenn man das norwegische Wort *hytte* in einer Touristenbroschüre unkommentiert und ohne Bilder auf Deutsch mit *Hütte* übersetzt, wird es wohl nicht sehr viele deutsche Touristen, die noch niemals in Norwegen waren und wenig über das Land wissen, dazu anregen, in einer solchen Behausung übernachten zu wollen.

Ein Bereich, der für den Übersetzer eine Falle darstellen kann, ist der Bereich der Interferenz. Hier werden zwei Wörter, die ähnlich lauten, aber unterschiedliche Bedeutungen haben, miteinander verwechselt<sup>29</sup>. Dabei kann es sich sowohl um Verwechslungen zweier ähnlicher Wörter der Ausgangssprache als auch zweier ähnlicher Wörter der Zielsprache handeln. So kann es bei Unachtsamkeit vorkommen, dass man in der Ausgangssprache z.B. *alltid* mit *aldri* verwechselt und statt mit *immer* mit *nie* übersetzt, oder man verwechselt beim Übersetzen des Wortes *Bjørner* in der Zielsprache das Wort *Bären* mit *Beeren*.

Ein Problem, das bei Übersetzungen von standardsprachlichen Texten für den deutschen Sprachraum auftaucht, ist der Umgang mit Dialekten. Besonders Übersetzer aus der Schweiz und Österreich sollten darauf achten, ihre Übersetzungen, sofern diese für den gesamten deutschen Sprachraum gelten, frei von Austriaismen (z.B. *Marillen* für *Aprikosen*) bzw. Helvetismen (z.B. *Pfanne* für *Topf*) zu halten. Aber auch Übersetzer aus Deutschland sollten beim Übersetzen solcher Texte auf den Gebrauch von Begriffen aus dem eigenen Dialekt verzichten. Das Problem bei diesen deutschen Muttersprachlern ist, dass sie sich oftmals nicht im Klaren darüber sind, dass einige der von ihnen verwendeten Begriffe aus Dialekten oder dem eigenen geographisch-kulturellen Umfeld stammen. So erklärte ich als Fremdenführerin in Tromsø den deutschen Touristen lange, dass die Samen ein bestimmtes Schilfgras *hechelten*, bevor sie es zu Isolierzwecken in ihre Schuhe legten. Da ich aus Ostwestfalen stamme, wo die Leinenindustrie lange Tradition hat, gehörte der Begriff *hecheln* in der Bedeutung *mit einem engen Kamm in feine Fasern kämmen* für mich immer zum normalen Wortschatz. Erst ein Freund aus einer anderen

---

<sup>28</sup> Vgl.: Hansen 2001, S. 55

<sup>29</sup> Vgl.: Fabricius-Hansen 1981, S.75ff

Region Deutschlands machte mich darauf aufmerksam, dass der Begriff *hecheln* in dieser Bedeutung in Deutschland nicht überall gebräuchlich ist.

Auch der Zeichenwandel<sup>30</sup> ist ein Thema, mit dem sich der Übersetzer auseinander setzen muss. In einer sich ständig ändernden Welt sind selbstverständlich auch Wörter, Begriffe, Redewendungen, Grammatik und Rechtschreibung Änderungen unterworfen. Altes verschwindet (z.B.: 'wegen' mit *Genitiv*, *daß*, *Humorist* / *Komiker*) und Neues kommt hinzu (z.B.: 'wegen' mit *Dativ*, *dass*, *Stand-up Comedian*). Hier muss sich der Übersetzer ständig auf dem Laufenden halten.

Ein Thema, das in den letzten Jahren sehr aktuell geworden ist, ist die so genannte *Political Correctness*. Wörter, die früher zum allgemeinen Gebrauchswortschatz gehörten (z.B. *Neger*, *Zigeuner*, *Lappen*, *Taubstumme* etc.), aber mit negativen Konnotationen behaftet waren, sollten heute nach Möglichkeit vermieden werden und durch andere, neutralere Begriffe ersetzt werden (*Afro-Amerikaner*, *Sinti/Roma*, *Samen*, *Hörgeschädigte* etc.). Der Übersetzer muss hier eine große Sensibilität besitzen, um nicht durch falsche Wortwahl beim Empfängerkreis Gefühle zu verletzen.

Der Gebrauch gewisser Stilmittel stellt den Übersetzer oft vor ein Problem. Dies ist besonders bei Werken der Poesie und Prosa der Fall. Ibsens in Reimen geschriebenes Drama *Brand* z.B. auch in Reimen zu übersetzen, ohne dass dabei Inhalt, Rhythmik und Poesie verloren gehen, ist eine große Herausforderung für den Übersetzer.

Beim Übersetzen von Sachprosa spielt die Textsorte und deren Konvention eine große Rolle. So muss z.B. bei der Übersetzung von Arbeitszeugnissen ins Deutsche sehr auf die Formulierung geachtet werden, da sich in Deutschland in diesem Bereich ein eigener Sprachcode eingebürgert hat. Da in Arbeitszeugnissen nichts Negatives über den Arbeitnehmer stehen darf, haben diverse scheinbar positive Formulierungen negative Aussagen. Der Übersetzer sollte sich daher in einschlägigen Ratgebern informieren, damit die Botschaft des Zeugnisses in der Übersetzung unverfälscht übermittelt wird.

Auch für Sprichwörter und feststehende Redewendungen, wie sie häufig in Werbetexten vorkommen, müssen beim Übersetzen entsprechende Wendungen aus der Zielsprache gefunden werden.

---

<sup>30</sup> Vgl.: Hansen 2001, S. 59

Eine weitere Anforderung an den Übersetzer sind sprachliche oder stilistische Schwachstellen im Original. Diese sollten in der Übersetzung so weit wie möglich korrigiert werden, ohne jedoch den Informationswert des Textes zu beeinträchtigen. Hierzu mag folgendes Beispiel dienen:

*No.: Lofotutflukt med Hurtigruten, buss og Galleri 2*

*De.: Lofoten-Ausflug mit dem Bus und der Hurtigrute, inklusive Besuch  
in der Galleri 2<sup>31</sup>*

Hier wird in der norwegischen Fassung durch die eine Aufzählung suggerierende Syntax die Galleri 2 (eine Kunstgalerie) den Transportmitteln Hurtigruten und Bus gleichgestellt. Es entsteht also syntaktisch der Eindruck, dass es sich bei Galleri 2 um ein Transportmittel handelt. Nur durch sein Weltwissen wird der Leser erkennen, dass dieser Eindruck falsch ist. In der deutschen Übersetzung wird dieser Eindruck vermieden, indem die Galleri 2 lexikalisch durch den Zusatz „inklusive Besuch in“ eindeutig als Sehenswürdigkeit kategorisiert wird.

Je nach Muttersprache des Übersetzers können sich sprachliche Probleme bei der Übersetzung eines Textes ergeben. Ein Muttersprachler der Ausgangssprache hat gewöhnlich keine Schwierigkeiten, den Ausgangstext zu verstehen (es sei denn, es handelt sich um spezielle regionale Wörter oder Redewendungen oder um spezifische Fachausdrücke). Fehler durch Missverständnis des Originaltextes sind weitgehend ausgeschlossen. Übersetzungsprobleme ergeben sich daher erst durch die Übertragung des verstandenen Ausgangstextes in die Fremdsprache des Zieltextes. Für einen Muttersprachler der Zielsprache hingegen kann es bereits beim Lesen des Originaltextes zu Verständnisschwierigkeiten kommen, die dann in der Übersetzung zu Fehlern führen.

Oft bekommt ein Übersetzer auch den Auftrag, nicht direkt aus der ursprünglichen Ausgangssprache, sondern aus einer anderen Sprache, in die der Ausgangstext bereits übersetzt wurde, zu übersetzen. Hier kann es dann passieren, dass Fehler, die bereits beim Übersetzen in die andere Sprache gemacht wurden, bei der Übersetzung in die Zielsprache noch verstärkt werden. Folgendes Beispiel, bei dem offenbar ein norwegischer Text über das Englische ins Deutsche übersetzt wurde, mag dies verdeutlichen:

---

<sup>31</sup> Vgl.: Lofoten Info-Guide 2004

No: *De siste årene har vi restaurert det gamle trandamperiet [...] og etablert et eget galleri med fotografier fra livet og naturen.*

En: *During the recent years we have rebuilt the old codliveroil factory [...] where you can experience the daily live of Nusfjord trough [sic!] sound and vision*

De: *Während der neuen Jahre haben wir die alte Lebertran Fabrik umgebaut [...] wo sie das tägliche Leben des Nusfjord Abflussrinnetones- und anblicks erfahren können*<sup>32</sup>

Hier wurde aus der im norwegischen Text beschriebenen Galerie mit diversen Fotos im englischen Text eine Ton-Bild-Präsentation. Zudem gibt es in der englischen Übersetzung einen Rechtschreibfehler, wodurch bei der Präposition *through* das *h* nach dem *t* fehlt und das Wort somit aussieht wie das Substantiv *trough*. Offensichtlich hat der Übersetzer diesen Rechtschreibfehler nicht erkannt und somit die falsch geschriebene Präposition *through* als Substantiv *Abflussrinne* übersetzt. Da den zwei Substantiven *sound* und *vision* der englischen Präpositionalphrase somit im Deutschen die Präposition fehlt, wurden diese beiden Wörter als Komponenten des Kompositums *Abflussrinneton* bzw. *Abflussrinneanblick* ins Deutsche übersetzt. Was auch immer der Übersetzer sich darunter vorgestellt haben mag, ist für den deutschen Leser nicht ersichtlich.

Ein weiterer, nicht zu unterschätzender Faktor ist die Zeit. Wie ich aus eigener Erfahrung als Übersetzerin weiß, haben Übersetzer oft nur wenig Zeit, um ihren Auftrag auszuführen. So werden sie alle die oben genannten Aspekte nicht immer optimal berücksichtigen können.

Ebenso kann der Platz, der dem Text zur Verfügung steht, bei der Übersetzung Probleme bereiten, denn die Übersetzung ist aufgrund von zusätzlichen Erklärungen oft umfangreicher als der Originaltext. In manchen Fällen kann dies im Layout durch eine kleinere Schriftgröße ausgeglichen werden, in einigen Fällen muss der Übersetzer jedoch entscheiden, wo eventuell gekürzt werden muss.

In den meisten Fällen kommt hinzu, dass der Sender des Ausgangstextes und der Übersetzer des Zieltexes keinen direkten Kontakt zueinander haben, sondern die Kontaktperson des Übersetzers ist ein Mitarbeiter des Übersetzungsbüros, das den Auftrag vermittelt. Bei

---

<sup>32</sup> Vgl.: Nusfjord S.1

nachlässig arbeitenden Übersetzungsbüros kann es daher für den Übersetzer schwierig sein, erforderliche Informationen bezüglich Übersetzungsauftrag oder Zielgruppe zu erhalten.

#### 5.4.2. Anforderungen an Übersetzer von Touristenbroschüren

Im Gegensatz zu Fachtexten einer bestimmten Richtung stellen Touristenbroschüren in Bezug auf den Wortschatz im Allgemeinen umfassendere Anforderungen an den Übersetzer, da sie zumeist Inhalte unterschiedlicher Bereiche präsentieren. Während ein Gesetzestext vom Übersetzer also vorwiegend die Kenntnis juristischen Fachvokabulars verlangt oder die Bedienungsanleitung einer Waschmaschine die Kenntnis technischer Fachausdrücke, können sich in einer Touristenbroschüre gleichzeitig Texte über z.B. Geologie, Meteorologie, Geschichte, Botanik, Zoologie, Nahrungsmittel / Speisen, Sport etc. befinden. Dies erfordert vom Übersetzer ein sehr großes Allgemeinwissen und einen breit gefächerten Wortschatz in Ausgangs- und Zielsprache.

Da in Norwegen neben den zwei offiziellen norwegischen Sprachen Bokmål und Nynorsk die verschiedenen Dialekte mehr oder weniger gleichberechtigt sind, kann es vorkommen, dass z.B. in einer Sammelbroschüre mit Beiträgen aus mehreren Regionen der norwegische Ausgangstext in verschiedenen Dialektvarianten formuliert ist oder spezielle regionale Ausdrücke aufweist (räumliche Zuordnung<sup>33</sup>). Dies kann sich mitunter beim Verständnis des Ausgangstextes als erschwerend erweisen – auch für Übersetzer mit Norwegisch als Muttersprache. So stieß ich während meiner Arbeit mit den Broschüren auf den Ausdruck *basturøkt lammelår*, der mit *Sauna-geräucherter Lammschinken* übersetzt war<sup>34</sup>. Den Ausdruck „*basturøkt*“ hatten meine norwegischen Freunde, Mitstudenten und Arbeitskollegen, die aus unterschiedlichen Regionen in Norwegen kommen, noch nie gehört, und keiner konnte mir sagen, ob es sich hierbei wirklich, wie es die deutsche Übersetzung suggeriert, um Fleisch handelt, das in einer Sauna aufgehängt wird, wo Menschen schwitzen und die Luft mit Ausdünstungen erfüllt ist (ein nicht sehr appetitliches Bild...). Erst die Suche im Lexikon ergab, dass das Wort *badstu* oder *bastu* auf Bauernhöfen in be-

---

<sup>33</sup> Vgl.: Hansen 2001, S. 56

<sup>34</sup> Vgl.: Norge / Norway / Norwegen 2004/2005, Bygdeturisme – Gardsmat, S.60



stimmten Teilen Norwegens ein Gebäude ist, das zum Trocknen oder Räuchern benutzt wird<sup>35</sup>. Da Übersetzern von ihren Auftraggebern oft sehr wenig Zeit für ihre Arbeit gegeben wird, ist es nicht immer möglich, solche Unklarheiten zu beseitigen. Manchmal kann man dann nur raten, was gemeint sein kann.

Eine weitere Herausforderung für den Übersetzer von Touristenbroschüren ist, dass die Zielgruppe der Zielsprache nicht die gleichen Vorkenntnisse besitzt wie die Zielgruppe der Ausgangssprache. Wenn auch bei den meisten Broschüren der Originaltext schon mit Blick auf Zielgruppen unterschiedlicher Nationen und Kulturen und der damit verbundenen Übersetzung verfasst wird, ist es trotzdem nicht möglich, all die unterschiedlichen Vorkenntnisse der verschiedenen Zielgruppen in einem Ausgangstext zu berücksichtigen. Mitunter ist den Verfassern der Originaltexte aber auch nicht bewusst, dass der Informationsbedarf der ausländischen Zielgruppe sich von dem der einheimischen Zielgruppe unterscheidet, so dass diese Texte eine Art Insiderinformation beinhalten, die für die ausländische Zielgruppe nicht immer verständlich oder relevant ist<sup>36</sup>. So haben z.B. die meisten Norweger von dem Dichterpfarrer Petter Dass gehört, während er in Deutschland nur einer kleinen Gruppe bekannt ist. Zudem kommt der Aspekt, dass, während die Zielgruppe des norwegischen Originaltextes weitgehend einheitliche Kenntnisse über ihr Heimatland hat, es innerhalb der ausländischen Zielgruppe über das zu bereisende Land unterschiedliche Vorkenntnisse gibt, die der Übersetzer bei seiner Arbeit berücksichtigen muss. Es gibt sowohl Touristen, die schon öfter in Norwegen waren und daher schon einige Kenntnisse über das Land haben, als auch solche, die nur geringe oder keine Kenntnisse über das Land haben (es gibt sogar solche, die nicht einmal wissen, dass Oslo die Hauptstadt ist). Der Übersetzer muss also ein Gespür dafür haben, an welcher Stelle er Informationen weglassen kann oder hinzufügen muss. Vor allem Kulturen müssen entsprechend verständlich übersetzt werden. Gegebenenfalls ist eine weitere Erklärung hinzuzufügen (siehe Kapitel 5.4.1).

Bei Namen von Orten, Sehenswürdigkeiten, Personen etc. ist von Fall zu Fall zu entscheiden, ob und wie sie übersetzt werden. Bei bildlichen Namen von Sehenswürdigkeiten (z.B. *Hestmannen*, *Svolværgeita* etc.) oder beschreibenden Namen (*Gamle Kirke*, *Tyskebryggen* etc.) sollte man grundsätzlich neben dem Originalnamen auch eine Erklärung hinzufügen.

---

<sup>35</sup> Vgl.: Aschehoug & Gyldendals store norske leksikon, 2005

<sup>36</sup> Vgl.: Smith 1998, S. 241

Der Originalname ist wichtig, damit die Touristen sich bei der Suche nach der Sehenswürdigkeit an Hinweisschildern oder Karten orientieren können, und die deutsche Erklärung verdeutlicht das Bild oder dient zur näheren Beschreibung. Namen von historischen Persönlichkeiten stehen oft in deutschen Büchern unter einem deutschen Namen (z.B.: No.: *Harald Hårfagre* – De.: *Harald Schönhaar*). Deshalb sollte der Übersetzer in solchen Fällen prüfen, ob solche Namen übersetzt werden müssen oder ob der Originalname benutzt werden kann. Auch bei Orts- und Regionsnamen ist zu prüfen, ob die Orte bzw. Regionen in Deutschland nicht eventuell unter anderen Namen bekannt sind (No.: *Bjørnøya* = De.: *Bäreninsel*, No.: *Norden* = De.: *Skandinavien*, No.: *Svalbard* = De.: *Spitzbergen*, etc. ).

Speisen und Lebensmittel gehören oft zu den zentralen Themen in Touristenbroschüren. Diese können zudem je nach Region variieren oder unterschiedliche Namen haben. Der Übersetzer sollte sich hier so genau wie möglich informieren, um was es sich hier handelt, damit er entweder, wie in Kapitel 5.4.1. beschrieben, den entsprechenden deutschen Ausdruck verwenden oder eine geeignete Erklärung hinzufügen kann.

Es kommt auch vor, dass gewisse Dinge in verschiedenen Ländern unterschiedlich bewertet werden. Was in einem Land zum normalen Leben gehört, kann im anderen Land allgemein verurteilt werden. Der Übersetzer von Touristenbroschüren muss also darauf achten, dass er bei seiner Arbeit nicht die Gefühle der Zielgruppe verletzt. Ein Beispiel mag dies verdeutlichen:

*No: Stedet tilbyr også andre spesialiteter som hval og rein.*

*De: Zum Speiseangebot zählen auch Rentierspezialitäten*<sup>37</sup>

Während in Norwegen der Walfang legal ist und von der Bevölkerung im allgemeinen toleriert oder sogar befürwortet wird, ist die Stimmung in Deutschland im Allgemeinen gegen den Walfang. Ein Restaurant, das Walfleisch anbietet, wird sicher bei einem großen Teil der deutschen Touristen auf Ablehnung stoßen. Eventuell würde ein Deutscher, der zuhause in einer norwegischen Reisebroschüre über ein Restaurant mit Spezialitäten aus Walfleisch liest, sich sogar entschließen, seinen Urlaub in einem anderen Land zu verbringen. Auch wenn er trotzdem nach Norwegen fahren würde, würde er das werbende

---

<sup>37</sup> Vgl.: Arktisk Meny 2003, S.25

Restaurant sicher nicht besuchen. In solchen Fällen muss der Übersetzer die Werbebotschaft gegen den Informationsgehalt abwägen. In obigem Beispiel hat sich der Übersetzer entschieden, die Information über das Angebot von Walfleisch wegzulassen, um die Werbebotschaft nicht zu beeinträchtigen.

In der Regel lesen Touristen die Broschüren nicht wie Bücher Seite für Seite von vorne nach hinten, sondern sie wählen die Abschnitte, die ihnen interessant scheinen. Dabei wird nicht unbedingt die Reihenfolge des Inhaltsverzeichnisses eingehalten. Daher sollten Kulturen in jedem Abschnitt wieder neu erklärt werden, damit ein Leser, der sich eher für Abschnitte in der Mitte oder am Ende interessiert, nicht erst weiter vorne in der Broschüre suchen muss, ob sich dort eventuell eine Erklärung findet.

Mitunter gibt es in den Ausgangstexten Informationen, die für die Zieldtextempfänger irrelevant sind. Dann muss der Übersetzer entscheiden, ob er diese Informationen übersetzt oder ob er sie auslässt. Wenn zum Beispiel in einer Broschüre eine Führung für Kinder angeboten wird und gleichzeitig erwähnt wird, dass diese nur auf Norwegisch stattfindet, ist die Frage, ob dies für nicht Norwegisch sprechende deutsche Touristenkinder wirklich relevant ist oder ob man dieses Angebot beim Übersetzen auslassen kann.

## **5.5. Übersetzungskritik**

Die Übersetzungskritik unterscheidet zwischen *zieltextrabhängiger* und *ausgangstextrabhängiger* Kritik<sup>38</sup>.

- Bei der zieltextrabhängigen Kritik wird der Ausgangstext nicht beachtet. Es geht hier lediglich darum zu beurteilen, ob der Zieldtext den sprachlichen und stilistischen Regeln der Zielsprache entspricht und ob und wie sehr er sich von einem zielsprachlichen Originaltext unterscheidet. Daher kann es bei dieser Methode vorkommen, dass der Zieldtext zwar sprachlich die Eigenschaften eines zielsprachlichen Originaltextes hat, jedoch im Vergleich zum Ausgangstext inhaltliche Fehler aufweist.

---

<sup>38</sup> Vgl.: Reiss 1971, S.17 ff

- Bei der ausgangstextabhängigen Kritik geht es um die Beurteilung einer Übersetzung im Vergleich zum Ausgangstext<sup>39</sup>. Hierbei wird überprüft, ob der Inhalt des Zieltextes mit dem des Ausgangstextes übereinstimmt und ob die Stilmittel des Autors entsprechend in die Zielsprache übertragen wurden.

Beim Korrekturlesen oder einer umfassenden Qualitätskontrolle einer Übersetzung sollten stets beide Methoden angewandt werden, um sicherzugehen, dass der Text sowohl den Regeln und Konventionen der Zielsprache entspricht als auch den Inhalt des Ausgangstextes vermittelt sowie die Stilmittel des Autors enthält.

### 5.5.1. Verschiedene Typen von Übersetzungsfehlern

Fehler, die durch die in Kapitel 5.5 erwähnten Methoden der Übersetzungskritik ermittelt werden, lassen sich laut Hansen drei Hauptkriterien unterteilen<sup>40</sup>:

- Falsch verstandener Übersetzungsauftrag

Dies liegt vor, wenn z.B. der Auftraggeber um eine dokumentarisch informierende Übersetzung bittet, der Übersetzer jedoch kommunikativ einbeziehend übersetzt. So sollten in einem linguistischen Text die Beispiele, die die grammatische Struktur einer fremden Sprache verdeutlichen, Wort für Wort übersetzt werden. Wird statt dessen wörtlich oder idiomatisch übersetzt, handelt es sich um einen falsch verstandenen Übersetzungsauftrag.

- Fehler im textexternen Bereich

Diese entstehen, wenn der Übersetzer die Bedingungen der Kommunikationssituation missachtet, also keine Rücksicht auf die Bedürfnisse der Zieltextempfänger nimmt. So sind bei einer kommunikativ einbeziehenden Übersetzung deiktische Begriffe anzupassen. Wenn z.B. das Wort *igår* in einem Bericht über ein Sportereignis in einer Übersetzung, die erst einige Tage später angefertigt wird, als *gestern* übersetzt wird, hat der Übersetzer nicht beachtet, dass die Zieltextempfänger zu dem Ereignis, über das berichtet wird, eine größere zeitliche Distanz haben als die Ausgangstextempfänger. Auch falscher Umgang

---

<sup>39</sup> Vgl.: Hansen 2001, S.155

<sup>40</sup> Vgl.: Hansen 2001, S.156

mit Kulturemen, Helvetizismen / Austriazismen sowie Verletzungen im Bereich der Political Correctness fallen in diese Kategorie.

- Fehler im textinternen Bereich

Hierbei handelt es sich um grammatische Fehler (Lexik, Syntax, Morphologie, Orthographie), Fehler in der Gestaltung, stilistische Fehler, falschen Gebrauch von Bildern etc.

Es kann auch vorkommen, dass einzelne Fehler zu weiteren Fehlern führen. So kann z.B. ein falsch übersetztes Wort zu veränderten syntaktischen Zusammenhängen führen und dadurch den Inhalt eines ganzen Satzes verändern, wie man an einigen Beispielen in Kapitel 8.2.6. sieht.

## 6. Korpus-Material

### 6.1. *Beschaffung*

Der Begriff *Touristenbroschüren* umfasst sowohl elektronisches Material (Internetdokumente) als auch Papierversionen. Da die elektronischen Broschüren durch mehr oder weniger regelmäßiges Überarbeiten stetigen Veränderungen unterliegen, entschied ich mich, mich auf die Papierbroschüren zu konzentrieren. Aus Kostengründen verzichtete ich zudem auf käuflich zu erwerbendes Material. Da zur Ermittlung der Übersetzungsfehler in den Broschüren sowohl die ausgangstextabhängige als auch die zieltextabhängige Methode angewandt werden sollte, sollten alle Broschüren sowohl auf Deutsch als auch auf Norwegisch vorliegen.

Erste Anfragen per Telefon bzw. E-Mail bei diversen Tourist-Informationen bzgl. der Zusendung von Broschüren waren erfolglos, vermutlich wegen der Bitte um Material in zwei Sprachen (Deutsch und Norwegisch). Zudem wirkten manche Angestellte recht misstrauisch angesichts meiner Erklärung, dass das Material zu wissenschaftlichen Zwecken gebraucht würde. Daher beschloss ich, die Broschüren persönlich vor Ort zu sammeln. Hierzu benutzte ich zahlreiche private Reisen im südlichen Teil Norwegens sowie zwei durch Stipendien der Universität in Oslo finanzierte Reisen in den nördlichen Teil Norwegens

(Finnmark, Troms und Nordland). Des Weiteren waren mir Freunde (einige von ihnen sind selbst in der Tourismusbranche tätig) und Mitstudenten auf ihren Reisen bei der Sammlung von Material behilflich. In erster Linie handelt es sich bei den Broschüren um Material, das kostenlos in den Tourist-Informationen ausliegt. Dazu kommen Prospekte diverser Sehenswürdigkeiten, Unterkünfte etc. sowie die Broschüren der Hurtigrute. Das Sammeln der Broschüren geschah nur nach sprachlichen Kriterien, d.h. es wurden nur Broschüren berücksichtigt, die sowohl auf Deutsch als auch auf Norwegisch erhältlich waren. Weiterhin war es mir wichtig, Broschüren über verschiedene Themen und von unterschiedlichen norwegischen Regionen zu bekommen, um meiner Untersuchung ein möglichst großes Spektrum zu geben.

Insgesamt hatte ich schließlich ca. 200 Broschüren, die dann sortiert werden mussten.

## **6.2. Sortieren der Broschüren**

Aus dem gesammelten Material wurden zunächst die Broschüren aussortiert, die in ihrer Übersetzung so frei bearbeitet waren, dass sie eigentlich einen eigenständigen Text beinhalteten, z.B. die NSB-Broschüre über die Bergensbahnen. Hier wurden im deutschen Text viele Details aus dem norwegischen Original weggelassen, weil sie für die deutschen Leser irrelevant sind, während viele andere Details hinzugefügt wurden. Für die Fragestellung dieser Arbeit betrachtete ich solche eigenständigen Texte als nicht relevant.

Nachdem alle nicht relevanten Broschüren aussortiert waren, ergab sich ein Korpus von insgesamt 126 Broschüren<sup>41</sup>.

---

<sup>41</sup> Siehe Tabelle I im Anhang

### 6.3. Zusammensetzung des Korpus nach unterschiedlichen Kriterien

Die Broschüren haben, wie Tabelle 1 zeigt, unterschiedliche Formate:

Tabelle 1

Format	Heft A 4	Heft A 5	Heft A 5,5	Heft A 6	Heft A 7	Folder	Lose Blätter
Anzahl	32	11	3	31	1	45	3

Geographisch handelt es sich um Material aus ganz Norwegen: Die fünf größten Städte Norwegens (Oslo, Bergen, Stavanger, Trondheim, Tromsø) sind mit eigenen Stadtführern vertreten. Hinzu kommen Broschüren zahlreicher Kommunen und Regionen Nord-, Mittel- und Südnorwegens. Außerdem umfasst das Korpus Broschüren zu anderen Themen wie Transport, Aktivitäten / Attraktionen und Unterkunft. Eine Übersicht über die Verteilung der Themen bietet Tabelle 2:

Tabelle 2

Thema	Orte	Kommunen	Regionen	Transport	Aktivitäten/ Attraktionen	Unterkunft
Anzahl	13	9	48	6	42	8

Unter den Broschüren befinden sich sowohl Exemplare, die für jede Sprache, in der sie geschrieben sind, ein eigenes Heft / Blatt / Folder haben, als auch Broschüren, in denen zwei, drei (i.d.R. Norwegisch / Deutsch / Englisch) oder mehrere Sprachen in einem Heft (Blatt/Folder) nebeneinander stehen. Die Aufteilung zeigt Tabelle 3:

Tabelle 3

Sprachen pro Heft	1	2	3	4	5	6	8
Anzahl der Broschüren	48 (38,1 %)	4 (2,2 %)	60 (47,6 %)	10 (7,9 %)	1 (0,8 %)	1 (0,8 %)	2 (1,6 %)

Die Prozentzahlen sind auf eine Kommastelle gerundet

Wie man an der Tabelle sieht, sind die meisten Broschüren (insgesamt 85,7 %) ein- oder dreisprachig, wobei der Anteil der dreisprachigen Exemplare überwiegt.

Von den vier Broschüren, die zwei Sprachen pro Heft umfassen, sind zwei Exemplare deutsch/norwegisch; die beiden anderen erscheinen in deutsch/französischer bzw. deutsch/finnischer und norwegisch/englischer Ausgabe.

Wie in Tabelle 1 ersichtlich, haben die Broschüren unterschiedliche Formate, weshalb ich die Anzahl der Seiten auf ein A4 Format hochgerechnet habe. Danach ergibt sich ein Seitenumfang, der zwischen 1 und 87 Seiten liegt. Da die Broschüren jedoch z.T. aus nicht textuellen Komponenten wie Bilder, Grafiken etc. bestehen, ist dieser Anteil abzuziehen, um den reinen Textanteil zu ermitteln. Da mir zur genauen Ermittlung des nicht textuellen Anteils die technischen Möglichkeiten fehlten, habe ich diesen nach Augenmaß geschätzt. Die Werte sind Tabelle I im Anhang zu entnehmen. Rechnet man diesen Anteil in den Broschüren ab, ergibt sich ein Textumfang zwischen 0,5 und 74 Seiten. Eine genauere Verteilung zeigt Tabelle 4:

Tabelle 4

$\leq 5$ Seiten	6-10 Seiten	11-20 Seiten	21-30 Seiten	31-40 Seiten	$\geq 40$ Seiten
75	8	26	10	6	1

Da die Broschüren eine unterschiedliche Anzahl von Sprachen enthalten, scheint es mir sinnvoll, den Textanteil pro Sprache zu errechnen. Dazu wurde der Textanteil der einzelnen Broschüren durch die Anzahl der in ihnen verwendeten Sprachen geteilt. Daraus ergibt sich ein Wert, der zwischen 0,2 und 71 Seiten pro Broschüre liegt. Wie sich diese Werte zahlenmäßig auf die Broschüren verteilen, zeigt Tabelle 5:

Tabelle 5

$\leq 1$ Seite	1,1 - 5 Seiten	5,1 - 10 Seiten	10,1 - 20 Seiten	20,1 - 30 Seiten	30,1 - 40 Seiten	$\geq 40$ Seiten
57	28	11	22	4	3	1

Die Prozentzahlen sind auf eine Kommastelle gerundet



Es zeigt sich, dass der deutsche Text in den meisten Broschüren (96) nicht mehr als 10 Seiten umfasst, wovon der Großteil (85) unter 5 Seiten liegt. Insgesamt gibt es im Korpus für den deutschen Text eine Anzahl von 769,3 Seiten<sup>42</sup>.

Die sprachliche Verteilung auf die einzelnen Themen macht Tabelle 6 deutlich:

Tabelle 6

	<b>1-spr.</b> <b>(48)</b>	<b>2-spr.</b> <b>(4)</b>	<b>3-spr.</b> <b>(61)</b>	<b>4-spr.</b> <b>(10)</b>	<b>5-spr.</b> <b>(1)</b>	<b>6-spr.</b> <b>(1)</b>	<b>8-spr.</b> <b>(2)</b>
<b>Ort</b> <b>(13)</b>	9	0	3	1	0	0	0
<b>Kommune</b> <b>(9)</b>	2	0	6	1	0	0	0
<b>Region</b> <b>(48)</b>	23	4	18	2	0	0	0
<b>Attraktion</b> <b>(47)</b>	9	0	25	5	1	1	2
<b>Transport</b> <b>(6)</b>	2	0	3	1	0	0	0
<b>Unter- kunft</b> <b>(8)</b>	2	0	6	0	0	0	0

Hier bestätigt sich weitgehend das Ergebnis der Tabelle 3, dass es in fast allen Bereichen einen Trend zu dreisprachigen Broschüren gibt. Lediglich Orts- und Regionsbroschüren sind vorwiegend einsprachig. Dies ist wahrscheinlich auf die größere Zielgruppe dieser Themen zurückzuführen, die einsprachige Ausgaben wirtschaftlicher macht.

---

<sup>42</sup> Vgl.: Tabellte I im Anhang

## 7. Methode

### **7.1. Über die Probleme, sprachliche Fehler in Touristenbroschüren als kommunikationsstörend zu beurteilen**

Bei der Textsorte *Touristenbroschüren* sind Sender und Empfänger sowohl zeitlich als auch räumlich voneinander getrennt. Zudem befindet sich der Übersetzer als Mittler zwischen ihnen. Alle drei Teilnehmer dieser Kommunikationskette sind meistens füreinander anonym (nur in einigen Fällen haben Übersetzer und Sender miteinander Kontakt). Diese Voraussetzungen bedeuten, dass es bei eventuellen Unklarheiten, die durch Fehler entstehen können, keine Rückfragemöglichkeit für den Empfänger gibt. Sowohl für den Sender als auch für den Mittler gibt es wiederum nicht viele Möglichkeit nachzuprüfen, ob die Kommunikation sprachlich geglückt ist. Denn wenn eine Touristenattraktion wenig besucht wird, muss das nicht unbedingt mit einer sprachlich fehlerhaften Broschüre zu tun haben, sondern kann auch mit der geringen Attraktion der Sehenswürdigkeit oder falschen Werbemitteln zusammenhängen.

Umgekehrt muss die Popularität eines Touristenzieles nicht unbedingt durch fehlerhaft übersetzte Broschüren beeinträchtigt werden, wenn das Ziel selbst ungeheure Attraktivität besitzt, die durch Bilder in der Broschüre vermittelt wird oder den Touristen durch das Allgemeinwissen bekannt ist.

Da die Zielgruppe sich äußerst vielschichtig zusammensetzt, kann es m.E. bei Übersetzungsfehlern zu allen in Kapitel 4.2 beschriebenen Fällen des Umgangs mit der fehlerhaften Äußerung kommen. Hieraus ergeben sich jedoch Probleme bei der Bewertung eines Fehlers als kommunikationsbeeinträchtigend:

- Wie viel Vorwissen kann man beim Leser erwarten damit er eventuelle Fehler selber korrigieren kann?

Hier geht es nicht nur um das Vorwissen in Bezug auf Norwegen (Geographie, Kultur, Geschichte, Politik etc.), sondern auch um das Vorwissen in Bezug auf Fachausdrücke. Man kann z.B. nicht voraussetzen, dass ein deutscher Tourist in Norwegen weiß, was sich hinter dem geographischen Begriff *Fjell* verbirgt.

- Wie viel Eigeninitiative zur Entschlüsselung von unklaren oder fehlerhaften Formulierungen sollte man beim Leser voraussetzen?

Auch wenn ein Leser also die Kompetenz hätte, eine fehlerhafte Formulierung richtig zu deuten, kann man nicht immer davon ausgehen, dass er auch bereit ist, seine Kompetenzen diesbezüglich anzuwenden.

- Wie viel Zeit soll man dem Leser zugestehen, um sich mögliche Deutungsalternativen bei Fehlern zu überlegen?

Reisende müssen sich oft an einen engen Zeitplan halten, besonders, wenn sie auf einer Rundreise sind. Daher kann man nicht davon ausgehen, dass sie sich lange mit einer fehlerhaften bzw. unklaren Formulierung auseinander setzen.

- Wie ist zu kontrollieren, ob der Leser sich für die richtige Deutungsalternative entscheidet / entscheiden kann?

Auch wenn der Leser Vorwissen, Eigeninitiative und Zeit investiert, um sich mit einer fehlerhaften / unklaren Formulierung auseinander zu setzen, kann es sein, dass er trotzdem nicht in der Lage ist, die Formulierung richtig (d.h. im Sinne des Senders) zu deuten, wie die Beispiele in Kapitel 8 zeigen.

## **7.2. Vorgehensweise bei der Bewertung der Fehler als kommunikationsstörend**

Bei der Bewertung der Übersetzungsfehler als kommunikationsstörend bin ich von folgenden Voraussetzungen ausgegangen:

- Der Leser war noch nie zuvor in Norwegen oder Skandinavien und hat auch sonst, bis auf die Zuordnung der Hauptstädte, keine speziellen Kenntnisse über diese Länder.
- Der Leser hat keinerlei Kenntnisse der skandinavischen Sprachen.
- Der Leser hat eine mittlere Allgemeinbildung.
- Der Leser nimmt sich ca. 15 Sekunden Zeit, um eventuelle Unklarheiten zu entschlüsseln.

- Bei mehrsprachigen Broschüren schaut der Leser bei Unklarheiten nicht in den anderssprachigen Versionen nach.

### **7.3. Vorgehensweise zur Fehlerfindung**

Um die Fehler zu finden, habe ich vorwiegend mich selbst als Testperson benutzt, da ich seit zehn Jahren in Norwegen wohne und neben meiner Muttersprache Deutsch auch fließend Norwegisch beherrsche. Zudem habe ich selbst als Touristguide gearbeitet und weiß daher, welches Vorwissen über Norwegen man bei Touristen im Allgemeinen voraussetzen kann.

Ich habe die Broschüren einzeln Abschnitt für Abschnitt zunächst auf Deutsch und dann auf Norwegisch gelesen. Ziel dieses doppelten Lesens war zu sehen, ob im Deutschen der gleiche Inhalt wie im Norwegischen vermittelt wird. Stellen, an denen die Inhalte nicht übereinstimmten, oder an denen der Inhalt im Deutschen mehrdeutig oder unverständlich war, wurden markiert. In Fällen, in denen ich mir nicht ganz sicher war, ob der deutsche Inhalt abweichend vom norwegischen interpretiert werden könnte, schickte ich die jeweiligen deutschen Textstellen an Testpersonen in Deutschland um zu prüfen, wie diese den deutschen Inhalt interpretierten. Diese Testpersonengruppe bestand aus sechs Personen im Alter von 14 - ca. 75 Jahren mit unterschiedlicher Schulbildung. Keiner von ihnen war je in Skandinavien oder hat Kenntnisse in einer skandinavischen Sprache. Diese Testgruppe hat sich auch in meinen früheren Semesterarbeiten als Quelle zuverlässiger Daten erwiesen, da sie die Fragen oder Fragebögen nicht als „Intelligenztest“ auffasst und daher nicht versucht, mit ihren Antworten ein möglichst positives Bild zu erzeugen. Daher ist bei ihr das Risiko von „beschönigten“ Daten weitgehend ausgeschlossen.

Bei Unklarheiten in den norwegischen Originaltexten befragte ich norwegische Muttersprachler um sicherzustellen, dass ich den Inhalt richtig verstanden hatte.

## 7.4. Klassifizierung der Fehler

Während die Übersetzungskritik sich mit *allen* Fehlern einer Übersetzung beschäftigt, geht es in der vorliegenden Arbeit lediglich um Fehler, die kommunikationsstörend sind, also Fehler, die entweder einen falschen Inhalt vermitteln oder Textteile unverständlich machen.

Zur Klassifizierung solcher Fehler gibt es folgende Methoden<sup>43</sup>:

- Die explikative Methode

Diese Methode beschäftigt sich mit den *Ursachen* von Fehlern und wird vor allem im Bereich des Fremdsprachenerwerbs angewandt. Fehler werden auf ihre Ursachen analysiert, um Probleme der Lernenden herauszufinden und Schlüsse für den Unterricht zu ziehen.

Sie kann auch in der Übersetzungswissenschaft angewandt werden, z.B. bei der Ausbildung von Übersetzern. Durch das Bewusstmachen von Fehlerursachen sollen die angehenden Übersetzer lernen, Fehler zu vermeiden.

- Die deskriptive Methode

Bei dieser Methode geht es um die *Beschreibung* von Fehlern. Mit ihr lässt sich feststellen, welche Arten von Fehlern besonders häufig vorkommen. Weiterhin kann man dadurch auch die Wirkung bestimmter Fehlerkategorien besser analysieren.

Da es in der vorliegenden Arbeit eher um die Wirkung von Übersetzungsfehlern als um ihre Ursache beim Erlernen einer Fremdsprache geht, ist die deskriptive Methode anzuwenden.

Von den in Kapitel 5.5.1 vorgestellten drei verschiedenen Typen von Übersetzungsfehlern wird die Kategorie des falsch verstandenen Übersetzungsauftrags ausgelassen, da diese sich eher mit der Ursache von Fehlern beschäftigt. Zudem sind mir weder die Übersetzer noch die Auftraggeber der zu untersuchenden Übersetzungen bekannt, so dass sich nicht ohne weiteres feststellen lässt, ob etwaige Fehler auf einen falsch verstandenen Übersetzungsauftrag oder auf sprachliches Unvermögen des Übersetzers zurückzuführen sind. Es

---

<sup>43</sup> Vgl.: Fabricius Hansen 1981

bleiben also die beiden Hauptkategorien *Fehler im textexternen Bereich* und *Fehler im textinternen Bereich*.

Zu den *Fehlern im textexternen Bereich* gehören die in Kapitel 5.4.1 bereits erwähnten Unterkategorien *Kultureme*, *Political Correctness* und *Austriazismen / Helvetizismen*. Die Unterkategorie *Auslassungen* birgt einige Probleme, denn da man, wie in Kapitel 5.4.1 bereits erwähnt, für die Übersetzung oft mehr Platz benötigt als für den Originaltext, müssen manchmal Textteile weggelassen werden. In manchen Fällen wird, wie ich aus eigener Erfahrung als Übersetzerin weiß, der Text sogar in der Druckerei willkürlich gekürzt, damit er ins Layout passt. Es bedürfte also einer genaueren Befragung der Übersetzer, ob die betreffenden Auslassungen nun layoutbedingt oder auf fehlerhaftes Übersetzen zurückzuführen sind. Da eine solche Befragungsmethode schon allein daran scheitert, dass nicht in allen Broschüren der Name des Übersetzers angegeben ist, werde ich Auslassungen in meiner Analyse nicht berücksichtigen, da sie nicht eindeutig als Übersetzungsfehler zu klassifizieren sind.

Die Kategorie *Fehler im textinternen Bereich* wird in die Unterkategorien *Orthographie*, *Morphologie*, *Syntax*, *Lexik*, *Gebrauch falscher Bilder oder Metaphern* sowie *Mischformen* unterteilt. Der Punkt *Lexik* unterteilt sich wiederum in die Unterpunkte *Falsche Übersetzung einzelner Wörter und Phrasen*, *Falsche Freunde* sowie *divergenzbedingte Fehler*. Unter dem Punkt *Mischformen* werden die Fehler registriert, die nicht eindeutig zuzuordnen sind.

Im folgenden Kapitel werden Beispiele aus dem Korpus in den jeweiligen Kategorien vorgestellt.

## 8. Beispiele

Bei der Untersuchung wurden zahlreiche Fehler innerhalb der in Kapitel 7.4 vorgestellten Kategorien gefunden. Einige Beispiele werden im Folgenden vorgestellt.

### 8.1. Fehler im textexternen Bereich

#### 8.1.1. Kultureme

In Kapitel 5.4.1 wurde die Problematik von Kulturemen beim Übersetzen bereits beschrieben, und es wurden verschiedene Möglichkeiten aufgezeigt, diese für die Zieltextleser verständlich zu übersetzen. Im Folgenden werden un- oder missverständlich übersetzte Kultureme aus dem Korpus vorgestellt, die sich in folgende Bereiche aufteilen:

##### 8.1.1.1. Personennamen

Personennamen sind oft nur der Zielgruppe der Ausgangssprache bekannt und haben für die Zielgruppe der Zielsprache daher meistens keinen Informationswert, wie folgendes Beispiel zeigt:

*No: Til Vesaas, den tradisjonsrike garden, der Tarjei Vesaas var fødd og vaks opp.*

*De: Zum traditionsreichen Hof Vesås, wo Tarjei Vesaas geboren wurde und aufwuchs.*<sup>44</sup>

Der Schriftsteller Tarjei Vesaas ist in Norwegen sehr bekannt, in Deutschland jedoch kennt man ihn kaum. Daher hat die Erwähnung des Namens in der deutschen Übersetzung ohne zusätzliche Erklärung nur einen sehr geringen bzw. gar keinen Informationswert.

Ein weiteres Beispiel in diesem Zusammenhang ist folgendes:

*No: Kviteseid med opplevingssenteret Norsk Skieventyr i Sondre Norheims Morgedal ...*

*De: Kviteseid mit dem Erlebniszentrum Norsk Skieventyr („Norwegisches Skimärchen“) in Sondre Norheims Morgedal ...*<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> Vgl.: Vinjeguiden 2004, S.7

Während der Skiläufer *Sondre Norheim* in Norwegen allgemein bekannt ist, wird ein deutscher Tourist mit diesem Namen wenig anfangen können. Da obendrein der Männername *Sondre* in Deutschland nicht gebräuchlich ist, werden viele deutsche Touristen die Phrase *Sondre Norheims* wahrscheinlich auch nicht unbedingt mit einer Person verbinden, sondern eventuell eher als eine geographische Einheit mit *Morgedal* ansehen, da diese Phrase durch die Präposition *in* eingeleitet wird. Es entsteht also der Eindruck, dass die gesamte Phrase *Sondre Norheims Morgedal* eine geographische Bezeichnung ist. Hier wäre ein erklärender Zusatz in Klammern angebracht, um dieses Missverständnis zu vermeiden.

#### **8.1.1.2. Orts- und Regionsnamen**

Auch viele Orts- und Regionsnamen sowie andere geographische Bezeichnungen sind meistens nur der Zielgruppe der Ausgangssprache bekannt. Für einen Ausländer, der sich nur sehr wenig oder gar nicht im Land auskennt, haben solche Begriffe, wenn sie nicht zusätzlich erklärt werden, keinen Informationswert, wie man an folgendem Beispiel sieht:

*No: Granvin har alltid vore eit knutepunkt for ferdsle i indre del av Hordaland*

*De: Schon immer ist Granvin Verkehrsknotenpunkt für den inneren Teil Hordalands  
gewesen<sup>46</sup>*

Das Beispiel ist einer Broschüre über die Region Hardanger entnommen, in der nur diese Region mit ihren einzelnen Kommunen beschrieben wird. Es wird in dieser Broschüre weder erklärt, dass Hardanger zum Fylke Hordaland gehört, noch dass Norwegen in unterschiedliche Verwaltungsbezirke (Fylker) aufgeteilt ist und wie diese heißen. Ein ausländischer Tourist wird sich also unter dem Begriff *Hordaland* in dieser Broschüre nicht viel vorstellen können. Eventuell entsteht sogar der Gedanke, dass Hordaland eine andere Bezeichnung für die Region Hardanger ist.

Mitunter drücken Orts- und Regionsnamen auch gleichzeitig aus, wie diese Orte bzw. Regionen beschaffen sind. Werden diese Namen beim Übersetzen übernommen, ohne dass

---

<sup>45</sup> Vgl.: Dalen, Tokke Kommune, S.10

<sup>46</sup> Vgl.: Hardanger Guide 2004, S.35



ein erklärender Zusatz beigefügt wird, geht für die ausländischen Touristen Information verloren, wie folgendes Beispiel zeigt:

*No: Det finnes også 2600 km preparerte langrennsløyper innover Oslomarka.*

*De: Die gesamte Oslomarka verfügt über 2.600 Km präparierte Langlaufloipen ...*<sup>47</sup>

Das norwegische Wort *marka* bedeutet unbebautes Gebiet und, in Verbindung mit Städtenamen, die Naherholungsgebiete, die um die Städte herum liegen<sup>48</sup>. Im obigen Beispiel wird ein deutscher Tourist wahrscheinlich nicht verstehen, dass es sich bei der Oslomarka um das Naherholungsgebiet rund um Oslo handelt, denn in den Sätzen davor geht es um den Tryvann Winterpark. Daher wird hier wohl eher der Eindruck entstehen, dass es sich bei der Oslomarka um einen Teil des Tryvann Winterparks handelt.

Aber auch, wenn solche bildhaften Orts- und Regionsnamen einfach nur übersetzt werden, ohne dass der Originalname erwähnt wird, kann dies zu Verwirrung führen, wie in folgendem Beispiel:

*No: Godt utgangspunkt for rundturer; "Snøvegen", Flåmsbana ...*

*De: prächtiger Ausgangspunkt für Ausflüge und Exkursionen wie z.B. der Schneeweg, Flåm-Eisenbahn*<sup>49</sup>

Hier wird zwar durch die Übersetzung des norwegischen Namens *Snøvegen* deutlich, dass es sich um einen Weg durch den Schnee handelt, allerdings wird man, ohne eine entsprechende Karte mit deutschen Bezeichnungen, wohl vergeblich nach diesem Weg suchen, da er höchstwahrscheinlich nur auf Norwegisch ausgeschildert ist.

Ebenso verhält es sich in folgendem Beispiel:

*No: Utenfor Tønsberg ligger de kjente ferieøyene Nøtterøy og Tjøme med Verdens Ende*

*De: Vor Tønsberg liegen die beliebten Ferieninseln Nøtterøy und Tjøme mit dem "Ende der Welt"*<sup>50</sup>

Touristen, die kein Norwegisch können, werden hier wohl vergeblich das *Ende der Welt* suchen, weil es als *Verdens Ende* ausgeschildert ist.

---

<sup>47</sup> Vgl.: Oslo Guide 2005, S.29

<sup>48</sup> Vgl.: Norsk Illustrert Ordbok, 1993

<sup>49</sup> Vgl.: Norsk Campingguide 2004, S.60

<sup>50</sup> Vgl.: Norge / Norway / Norwegen 2004/2005 Bygdeturisme – Gardsmat, S.9

### 8.1.1.3. Speisen, Getränke, Lebensmittel etc.

Speisen, Getränke, Lebensmittel etc. sind oft eng mit ihren Herkunftsregionen verbunden, so dass ihre Namen für eine ausländische Zielgruppe zumeist unverständlich sind, wie folgendes Beispiel belegt:

*No: Salg av tradisjonsmat fra Gudbrandsdalen: hjemmebak lefse, flatbrød og lompe*

*De: Verkauf traditioneller Gudbrandsdal Lebensmittel: selbstgebackene “Lefse“,  
“Flatbrød“ und “Lompe“*<sup>51</sup>

Deutsche Touristen werden sich unter diesen Namen kaum etwas vorstellen können, außer dass es sich, wie das Attribut *selbstgebackene* andeutet, um Backwaren handelt. Um welche Art von Backwaren es sich hier allerdings handelt, bleibt unklar.

Ähnlich geringen Informationswert hat für deutsche Touristen auch Folgendes:

*No: Våre spekebord og julemiddager er spesielt anerkjente*

*De: Unser „Spekebord“ und Weihnachtsbuffet werden besonders geschätzt*<sup>52</sup>

Durch die Anführungsstriche wird zwar deutlich gemacht, dass es sich hier um einen norwegischen Spezialbegriff handelt, was sich jedoch dahinter verbirgt, ist für einen deutschen Touristen, der kein Norwegisch kann, nicht klar.

Auch eine Teilübersetzung wie in folgendem Beispiel ist nicht sehr informativ:

*No: ...andre faller for [...] de hjemmelagde kråtekakene*

*De: ... wieder andere lassen sich von [...] den traditionellen “Kråtekuchen“ verführen*<sup>53</sup>

Der deutsche Leser erfährt hier zwar, dass es sich um eine Art Kuchen handelt, aber über Zutaten, Geschmacksrichtung oder Beschaffenheit erfährt er nichts.

---

<sup>51</sup> Vgl.: Velkommen til Gudbrandsdalen 2004, S.86

<sup>52</sup> Vgl.: Gjøvik-Land-Toten Guide 2004, S.16

<sup>53</sup> Vgl.: Stavanger Guide 2004, S.46

Ebenso wenig Information bietet die folgende Übersetzung:

*No: Kaffi & Jødekake*

*De: Kaffee & „Judenkuchen“<sup>54</sup>*

Neben der Tatsache, dass der Name „Judenkuchen“ bei Deutschen diverse politische Assoziationen weckt, sagt er nichts darüber aus, um was für eine Art Kuchen es sich hier handelt. Eventuell könnte man annehmen, dass es sich hierbei um jüdisches Matzenbrot handelt. Auch die Tatsache, dass das Wort *Judenkuchen* vom Übersetzer in Anführungszeichen gesetzt wurde hat für den Leser keinen sonderlichen Informationswert.

Eine wörtliche Übersetzung von Speisennamen ist ebenfalls nicht sehr informativ, wie man an folgendem Beispiel sieht:

*No: Eller har du ikke smakt Jærgome? En ingrediens som MÅ med i*

*„Tilslørte Bondepiker“*

*De: Oder haben Sie noch nie Jærgome versucht? Ein Molkereiprodukt, das unbedingt in den leckeren Nachtisch „Verhüllte Bauernmädchen“ gehört<sup>55</sup>*

Außer dass eine wichtige Zutat für diesen Nachtisch ein für Deutsche unbekanntes Molke-reiprodukt namens Jærgome ist und dass hier wahrscheinlich etwas „verschleiert“ bzw. zugedeckt wird, erfährt der deutsche Tourist nicht, was für eine Art Nachtisch dies ist. Er wird es wohl auch nie erfahren, wenn er nicht Norwegisch sprechende Landsleute oder Deutsch sprechende Norweger findet, die es ihm erklären. Selbst wenn er diesen Nachtisch einfach probieren wollte, ohne ihn zu kennen, würde er auf einer norwegischen Speisekarte wohl vergeblich nach dem deutschen Namen dieser Nachspeise suchen.

Manchmal kann die Übersetzung von Speisen und Getränken auch zu Missverständnissen führen, wie in folgendem Beispiel:

*No: Julemarked, servering av gløgg [...]*

*De: Weihnachtsmarkt mit Glühwein [...] <sup>56</sup>*

---

<sup>54</sup> Vgl.: Ryfylke Guide 2004, S.25

<sup>55</sup> Vgl.: Stavanger Guide 2004, S.49

<sup>56</sup> Vgl.: Lofoten 2004, S.35

Im Gegensatz zum deutschen *Glühwein* ist der norwegische *gløgg* oft alkoholfrei und wird aus schwarzem Johannisbeersaft gemacht. Dies ist besonders der Fall, wenn auf öffentlichen Veranstaltungen *gløgg* ausgeschenkt wird. Ein deutscher Tourist, der sich auf einem norwegischen Weihnachtsmarkt auf einen zünftigen Glühwein freut, wird daher wohl nicht gerade erfreut sein, wenn er einen Becher mit süßem, gewürztem, heißem Saft bekommt.

Mitunter werden Speisen auch völlig falsch übersetzt, wie folgendes Beispiel zeigt:

*No: Seterkafé – rømmegrøt, enkelt servering. Herdalsetra*

*De: Almcafé – trad. Buttermilch, einfache Bewirtung. Herdalsetra<sup>57</sup>*

Hier wurde in der Übersetzung aus der Süßspeise *Rømmegrøt* das Getränk *Buttermilch*. Deutschen Touristen, die in diesem Café gerne etwas essen möchten, werden *Rømmegrøt* also nicht bestellen. Touristen, die durstig sind und sich auf ein Glas kühle Buttermilch freuen, werden enttäuscht sein, wenn ihnen statt dessen eine warme Süßspeise serviert wird.

#### **8.1.1.4. Institutionen**

Auch Institutionen fallen in den Bereich der Kultureme, denn sie unterscheiden sich von Land zu Land oft nicht nur durch Namen, sondern auch durch Aufgabenbereiche und Zweck. Übersetzt man sie als Lehnwörter kann dies zu Unklarheiten führen, wie in folgendem Beispiel:

*No: [...] og i en periode var den lensmannsgard med arrest på garden*

*De: [...] und eine Zeit lang Hof des "Lensmanns" mit Arrestzelle auf dem Gelände<sup>58</sup>*

Das Wort *Lensmann* wird dem deutschen Leser hier nichts sagen, denn im deutschen Polizeisystem gibt es keine *Lensmänner*, da es anders aufgebaut ist als das norwegische. Zudem hat das Wort *Lensmann* Ähnlichkeit mit dem deutschen Wort *Lehnsmann*, das *Vasall*, also jemand, der abhängig ist, bedeutet.

---

<sup>57</sup> Vgl.: Geirangerfjord 2003, S.36

<sup>58</sup> Vgl.: Velkommen til Gudbrandsdalen 2004, S.91

Bedient man sich der Lehnübersetzung, muss dies nicht immer zu Klarheit führen, wie man an folgendem Beispiel sieht:

*No: Kart over løypene får du i Turistinformasjonen eller på Serviceorget, Rådhuset på Finnøy*

*De: Karten kriegt man in Turistinformation und im Service-Markt, Rathaus, Finnøy<sup>59</sup>*

Ein norwegischer *Serviceorg* ist in etwa mit einem deutschen *Bürgerbüro* oder einer *Bürgerberatung* zu vergleichen. Das Wort *Service-Markt* in der deutschen Übersetzung weckt beim Leser falsche Assoziationen, da im Deutschen Komposita, die auf *Markt* enden, üblicherweise etwas mit Einkaufsmöglichkeiten zu tun haben, wie z.B.: *Edeka-Markt*, *Media-Markt*, *Baumarkt* etc. Da der Leser so auf eine falsche Spur gelockt wird, wird er den Zusatz Rathaus nicht als Ort für den *Service-Markt* auffassen, sondern als weitere Aufzählung. Wenn er sich also entschließt, seine Karte im *Service-Markt* zu holen, wird er vergeblich nach einem derartigen Geschäft suchen.

Auch analoge Übersetzungen können fehlerhaft sein, wie folgendes Beispiel zeigt:

*No: Den venlegsinna kappestriden føregår mellom barne- og ungdomsskular i Nordfjord*

*De: An diesem freundschaftlichen Wettstreit nehmen die Grund- und Hauptschulen in Nordfjord teil<sup>60</sup>*

Während die norwegische *ungdomskole* sämtliche Schüler der Klassen 8 – 10 umfasst, repräsentiert die deutsche Hauptschule nur einen Teil der Schüler bis zur 10. Klasse, da sich die übrigen Schüler auf Realschule und Gymnasium verteilen. Durch den Begriff Hauptschulen im oben genannten Beispiel entsteht der Eindruck, dass Gymnasiasten und Realschüler an diesem Wettstreit nicht teilnehmen. Hier hätte man anstatt Hauptschulen besser den Begriff *Schulen der Sekundarstufe I* verwendet, der im Deutschen alle drei Schulformen einschließt.

Auch bei Mischformen von Lehnübersetzungen und analogen Übersetzungen können Fehler auftreten, wie aus folgendem Beispiel ersichtlich ist:

---

<sup>59</sup> Vgl.: Ryfylkeøyane 2003, S.5

<sup>60</sup> Vgl.: Nordfjord Guide 2004, S. 62

*No: Han var en sentral person i det gamle folkehøgskolemiljøet i landet [...]*

*De: Er war eine der zentralen Persönlichkeiten in der Volkshochschulbewegung in Norwegen [...]*<sup>61</sup>

Übersetzt man das norwegische Wort *folkehøgskole* wörtlich erhält man das deutsche Wort *Volkshochschule*, das im Deutschen auch wirklich existiert. Beide Schulformen ähneln sich darin, dass sie nicht der Schulpflicht unterliegen und dass es in der Regel lediglich Teilnahmenachweise und keine Leistungsnachweise gibt. Jedoch unterscheiden sie sich in ihrer Zielgruppe. Während die norwegische *folkehøgskole* für junge Menschen gedacht ist, die sich vor ihrem Studium oder ihrer beruflichen Ausbildung in diversen Bereichen orientieren möchten, ist die deutsche Volkshochschule für Menschen jeden Alters gedacht, die sich in Kursen aller Art weiterbilden möchten. Da es die Schulform der norwegischen *folkehøgskole* in Deutschland nicht gibt, wäre in diesem Fall eine erklärende Übersetzung angebracht.

Aber auch korrekte analoge Übersetzungen sind in Touristenbroschüren nicht immer angebracht, wie folgendes Beispiel zeigt:

*No: Åpent [...] etter avtale med kultur- og oppvekstkontoret*

*De: Geöffnet: [...] nach Vereinb. mit dem Kultur- und Jugendamt*<sup>62</sup>

Zwar handelt es sich bei der Institution *kultur- og oppvekstkontoret* im Deutschen tatsächlich um ein *Kultur- und Jugendamt*, jedoch werden deutsche Touristen auf Hinweisschildern wohl vergeblich nach diesem Amt suchen, und auch das Fragen von Passanten nach dem Weg zum *Kultur- und Jugendamt* wird wohl nicht zum gewünschten Ergebnis führen. Hier wäre die Erwähnung des norwegischen Namens dieser Institution als Zusatz in Klammern angebracht.

Ebenso verhält es sich in folgendem Beispiel:

*No: Norsk Skogmuseum - museet for hele familien*

*De: Norwegisches Waldmuseum – für die ganze Familie*<sup>63</sup>

---

<sup>61</sup> Vgl.: Velkommen til Gudbrandsdalen 2004, S.93

<sup>62</sup> Vgl.: Troms 2004, S.19

<sup>63</sup> Vgl.: Elverum, S.6

Hier wurde das norwegische Wort *Skogmuseum* zwar richtig mit *Waldmuseum* ins Deutsche übersetzt, jedoch wird man auch in diesem Fall wohl vergeblich danach suchen, wenn man nicht ortskundig ist, denn die Hinweisschilder zu diesem Museum werden wohl nicht auf Deutsch sein. Auch hier wäre die Erwähnung des norwegischen Namens in Klammern hilfreich gewesen.

#### **8.1.1.5. Abkürzungen**

Auch Abkürzungen fallen in den Bereich der Kultureme, da sie sehr eng mit der jeweiligen Landessprache verbunden sind. Daher sind sie für ausländische Touristen meist unverständlich, wie folgendes Beispiel zeigt:

*No: Her finner du en del av DNT sitt turstinett, [...]*

*De: Hier finden Sie auch Wanderwege der DNT, [...]*<sup>64</sup>

Ein deutscher Tourist wird nicht wissen, dass sich hinter der Abkürzung *DNT* der Name des norwegischen Wanderverbandes *Den Norske Turistforening* verbirgt. Er könnte vermuten, dass es sich hier um eine Art private Wanderwege handelt, die nicht jedermann zugänglich sind.

Auch wenn es sich um Abkürzungen für internationale Institutionen handelt, sind diese nicht immer für ausländische Touristen verständlich, wie man an folgendem Beispiel sieht:

*No: TT (KFUK / KFUM) Tenåringstreff*

*De: TT (KFUK / KFUM) Teenagertreffen*<sup>65</sup>

Für einen deutschen Touristen ist hier nicht ersichtlich, dass es sich bei den Abkürzungen *KFUK* / *KFUM* um den norwegischen *CVJM* handelt. Die deutsche Abkürzung wäre hier als erklärender Zusatz angebracht.

Auch wenn die Abkürzung einer Institution in einer deutschen Übersetzung des Namens derselben die gleiche wäre, ist sie nicht zu verstehen, wenn dieser deutsche Name nicht genannt wird, wie an folgendem Auszug ersichtlich ist:

---

<sup>64</sup> Vgl.: Velkommen til Gudbrandsdalen 2004, S.77

<sup>65</sup> Vgl.: Haugalandet Haugesund 2004, S.65

*No.: [...] passerer NTNU-gløshaugen, Kristiansten festning, [...]*

*De: [...] fahren vorbei am Volksmuseum Trøndelag, der NTNU-Gløshaugen, der Festung Kristiansten, [...]*<sup>66</sup>

Die Abkürzung *NTNU* steht hier für den Namen *Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet*. Würde man diesen Namen ins Deutsche übersetzen, würde er *Norwegens technisch-naturwissenschaftliche Universität* heißen. Die Abkürzung wäre dann ebenfalls *NTNU*. Allerdings fehlt der volle Name hier, so dass die Abkürzung für deutsche Touristen keinen großen Informationswert hat. Dass es sich bei *NTNU-Gløshaugen* um einen Teil der Universität in Trondheim handelt, bleibt für sie unklar.

Auch im folgenden Beispiel aus einem Veranstaltungskalender werden sich deutsche Touristen unter der Abkürzung nichts vorstellen können:

*No: NM Dans*

*De: NM Tanz*<sup>67</sup>

Die Abkürzung *NM* steht hier für *Norgesmesterskap*. Übersetzt man dieses Wort ins Deutsche, erhält man den Begriff *Norwegische Meisterschaft*, der sich auch mit *NM* abkürzen lässt. Jedoch ist dieser Zusammenhang für Deutsche nicht ersichtlich, da der volle Begriff *Norwegische Meisterschaft* fehlt und daher die Abkürzung sich dem deutschen Leser nicht erschließt.

#### **8.1.1.6. Sonstiges**

Neben den in den fünf oben genannten Unterkategorien der Kultureme erwähnten Beispielen gibt es eine Reihe von Fehlern, die sich nicht unbedingt in diese Kategorien einordnen lassen. Sie werden hier vorgestellt.

Ausländischen Touristen wird nicht unbedingt bekannt sein, dass es in Norwegen zwei offizielle norwegische Sprachen gibt: Bokmål und Nynorsk. Ist in Touristenbroschüren von diesen Sprachen die Rede, wird dies zu Verständnisproblemen führen, wie man an folgendem Beispiel sieht:

---

<sup>66</sup> Vgl.: Trondheim 2004, S.7

<sup>67</sup> Vgl.: Haugalandet Haugesund 2004, S.65



*Landsmålforkjemperen, professoren og sangdikteren Elias Blix [...]*

*Der Vorkämpfer für „Nynorsk“, Professor und Liederdichter Elias Blix[...]*<sup>68</sup>

Das Wort *Nynorsk* wird durch die Anführungsstriche hier zwar als Zitatwort gekennzeichnet, jedoch ist dies für einen deutschen Touristen, der nichts über die Sprachgeschichte Norwegens weiß, nicht sehr informativ. Für welche Sache Elias Blix ein Vorkämpfer war, wird für den deutschen Leser nicht klar.

Eine Lehnübersetzung, wie in folgendem Beispiel, kann den deutschen Leser auf eine falsche Fährte locken:

*No: [...] eit nasjonalt dokumentasjons- og opplevingssenter for nynorsk skriftkultur*

*De: [...] ein nationales Zentrum für die Dokumentation und das Erleben neunorwegischer Schriftkultur*<sup>69</sup>

Hier wurde der Begriff *nynorsk* mit *neunorwegisch* übersetzt. Diese Übersetzung weckt beim deutschen Leser allerdings Assoziationen zu dem Begriff *Neudeutsch*, der sich auf die deutsche Gegenwartssprache bezieht. Im Zusammenhang mit dem Begriff Schriftkultur wird ein deutscher Tourist wohl annehmen, dass es sich hier um zeitgenössische norwegische Literatur handelt.

Auch bei Begriffen aus der Kulturkunde kann es in der Übersetzung zu Fehlern kommen, wie man an folgendem Beispiel sieht:

*No: Kyrkjebåten ligg i hamna mai - september*

*De: Kirchenboot – liegt im Hafen von Mai bis September*<sup>70</sup>

Das norwegische *kyrkjebåt* (oder *kirkebåt*) ist ein großes Boot, mit dem früher die Leute aus den abgelegenen Orten sonntags gemeinsam zur Kirche fahren. Das deutsche Kirchenboot ist ein Wasserfahrzeug, mit dem der Pfarrer auch heute noch Binnenschiffer auf ihren Schiffen besucht, um sie seelsorgerisch zu betreuen. Ein deutscher Leser wird beim Lesen dieser Broschüre denken, dass es sich um ein solches Wasserfahrzeug handelt und dass man dort eventuell sogar die Möglichkeit hat, bei Bedarf mit einem Pfarrer zu

---

<sup>68</sup> Vgl.: Kystriksveien 2004, S.101

<sup>69</sup> Vgl.: Fjordnorwegen 2004, S.94f

<sup>70</sup> Vgl.: Hardanger Guide 2004, S.41

sprechen. Dass es sich bei diesem Boot jedoch um ein altes offenes Holzboot handelt, das als Museumsstück im Sommer im Hafen liegt, wird sich ihm aus der Übersetzung nicht erschließen.

Aus dem Bereich des Folkloregesangs kommt folgendes Beispiel:

*No: Ellen Nordstoga er óg [...] ein av dei fremste kvedarane og dansarane i Telemark*

*De: Ellen Nordstoga ist [...] außerdem eine der bekanntesten Folkloristen in Telemark*<sup>71</sup>

Der Begriff *kvedar* bezeichnet eine Person die einen bestimmten Gesangstil der norwegischen Volksmusik beherrscht. Da es für diese Art des Gesangs keine deutsche Entsprechung gibt, hat der Übersetzer das Wort *Folklorist* benutzt um auszudrücken, dass es sich hier um den Bereich der Folklore handelt. Allerdings ist dieses Wort in der vorliegenden Übersetzung nicht korrekt, da es einen Volkskundler beschreibt. Eine solche Person zeichnet sich zwar durch ihr Wissen über Folklore, jedoch nicht unbedingt über ihre künstlerischen Fähigkeiten in diesem Bereich aus. Genau um diese künstlerischen Fähigkeiten geht es aber im norwegischen Text.

Folgendes Beispiel ist aus dem Bereich der norwegischen Geschichte:

*No: [...] spennende tider i kampen for selvstendighet fra 1814 – 1905 [...]*

*De: [...] Zeit der Unabhängigkeitskriege von 1814 – 1905 [...]*<sup>72</sup>

Hier wurde die Phrase *kampen for selvstendighet* mit *Unabhängigkeitskriege* übersetzt. Dadurch entsteht der Eindruck, dass es in Norwegen von 1814 bis 1905 mehrere Kriege gab, was jedoch nicht der Fall war. In dieser Übersetzung werden also Fakten der norwegischen Geschichte falsch vermittelt.

In folgendem Beispiel geht es um einen Begriff aus dem täglichen Leben:

*No: Fellesferien stengt*

*De: In den norw. Betriebsferien geschlossen*<sup>73</sup>

Die norwegischen *fellesferie* sind in der Regel von Mitte Juni bis Mitte August. Dies weiß ein deutscher Leser jedoch nicht. Daher ist die deutsche Übersetzung *norw. Betriebsferien*

---

<sup>71</sup> Vgl.: I Vinje 2003, S.3

<sup>72</sup> Vgl.: Festung Akershus, S.8

<sup>73</sup> Vgl.: Ryfylke Guide 2004, S.63

nicht ausreichend, denn für den deutschen Leser wird nicht klar, in welchem Zeitraum die Touristenattraktion geschlossen ist.

Folgendes Beispiel ist aus dem Bereich der Verwaltung:

*No: Fiskeravgift [...] på postkontorene. [...] Fiskekort kjøpes på butikker og bensinstasjoner*

*De: Angelscheinservice [...] an allen Postschaltern [...] Angelscheine können auch in Läden und an Tankstellen gekauft werden*<sup>74</sup>

In Norwegen unterscheidet man zwischen *fiskeravgift* (staatliche Fischereiabgabe) und *fiskekort* (Angelschein). Beide Abgaben sind an unterschiedlichen Stellen zu entrichten. Da in der deutschen Übersetzung für die beiden Begriffe nur der eine Begriff *Angelschein* verwendet wurde, wird für den deutschen Leser nicht klar, wo er die *staatliche Fischereiabgabe* entrichten kann. Zudem wird ihm fälschlicherweise vermittelt, dass *Angelscheine* auch bei Postämtern erhältlich sind.

### 8.1.2. Political Correctness

Wie im Kapitel 5.4.1 beschrieben, ist der Gebrauch von politisch korrekten Ausdrücken beim Übersetzen sehr wichtig. Geht es z.B. um ethnische Minderheiten, kann die falsche Wortwahl die Werbebotschaft negativ beeinflussen, wie folgendes Beispiel zeigt:

*No: I løpet av 2004 vil byggingen av dokumentasjons- og formidlingssenter for romani-folkets kultur og historie starte*

*De: Im Laufe des Jahres 2004 wird der Bau eines Dokumentations- und Vermittlungszentrum gebaut, das die Kultur und Geschichte des Romani (Zigeuner)Volkes gewidmet sei*<sup>75</sup>

Da das Wort Zigeuner aus der Zeit des Nationalsozialismus negativ belegt ist, sollte man es heute nicht mehr verwenden, wenn es um das Volk der Sinti und Roma geht. Bei einem deutschen Leser könnte hier der Eindruck entstehen, dass es sich in der Formulierung um versteckten Rassismus handelt. Dadurch könnte er sich entschließen, die in der Broschüre beschriebene Region nicht zu besuchen.

---

<sup>74</sup> Vgl.: Stavanger Guide 2004, S.27

<sup>75</sup> Vgl.: Elverum 2004, S.8

Ähnlich verhält es sich in folgendem Beispiel:

*No: Servering i lavvo*

*De: Bedienung im Lavvo (Lappenzelt)<sup>76</sup>*

Die Bezeichnung *Lappen* wird heutzutage als diskriminierend angesehen, da das Wort durch die Geschichte negativ belegt ist. Die politisch korrekte Bezeichnung für diese Volksgruppe ist *Samen* oder *samische Urbevölkerung*.

Aus dem Bereich der Behinderungen stammt folgendes Beispiel:

*No: Informasjon er sortert og bearbeidet i samarbeid med [...] Norges Døveforbund [...]*

*De: Die Daten wurden in Zusammenarbeit mit dem [...] Norwegischen Taubstommenverband [...] sortiert und bearbeitet<sup>77</sup>*

Das deutsche Wort *Taubstumme(-r)* wurde früher in dem Irrglauben verwendet, dass jemand, der nicht hören kann, zwangsläufig auch nicht sprechen kann. Heutzutage wird dieses Wort jedoch als diskriminierend angesehen, und Hörgeschädigte reagieren zum Teil sehr verletzt, wenn man sie als *Taubstumme* bezeichnet. In dem Text, aus dem obiges Beispiel stammt, geht es um behindertengerechte Einrichtungen. Die spezielle Zielgruppe dieses Textes sind also Behinderte. Ein Hörgeschädigter, der diesen Text liest, kann sich durch die falsche Formulierung dazu entschließen, das beworbene Touristenziel nicht zu besuchen.

### 8.1.3. Austriazismen / Helvetizismen / andere Dialekte

Wird die deutsche Übersetzung von einem Österreicher oder Schweizer angefertigt, können Austriazismen bzw. Helvetizismen das Verständnis für deutsche Touristen beeinträchtigen, wie folgendes Beispiel zeigt:

*No: [...] kjenn hvor godt matpakken smaker etter en tur i Arboretet*

*De: [...] und nach einem Besuch des Arboretrums schmeckt die Jause garantiert<sup>78</sup>*

---

<sup>76</sup> Vgl.: Velkommen til Gudbrandsdalen 2004, S.86

<sup>77</sup> Vgl.: Oslo Guide 2005, S.58

<sup>78</sup> Vgl.: Sandnes Guide 2004, S.19

Das österreichische Wort *Jause* ist, abgesehen von einem Teil in Süddeutschland, in Deutschland nicht gebräuchlich. Ein deutscher Tourist, der dieses Wort nicht kennt, könnte vermuten, dass es sich dabei um eine norwegische Speise handelt.

Ebenfalls aus dem österreichischen Sprachraum kommt folgendes Beispiel:

*No: I museets kafe serveres [...] kaker [...]*

*Im Museumscafé werden [...] Mehlspeisen [...] serviert*<sup>79</sup>

Während das Wort *Mehlspeise* in Österreich auch *Kuchen* bedeuten kann<sup>80</sup>, versteht man in Süddeutschland darunter eine *warme Hauptspeise zu Mittag*, wie z.B. *Pfannkuchen*, *Dampfnudeln* etc. In Norddeutschland ist dieses Wort gänzlich ungebräuchlich und zum Teil auch nicht bekannt. Ein Tourist aus Süddeutschland, der sich auf eine warme Hauptspeise freut, wird sicher enttäuscht sein, wenn sich hinter der *Mehlspeise* lediglich Kuchen verbirgt, und ein Tourist aus Norddeutschland, der diesen Begriff nicht kennt, wird dahinter sicher eine norwegische Spezialität vermuten.

Ein Beispiel für Helvetizismus ist Folgendes:

*No: Her kan du la øynene hvile på [...] røde kyr bak steingjerder*

*De: [...]entdecken Sie die roten Kühe hinter dem Steinhag*<sup>81</sup>

Der Begriff *Hag* aus dem Schweizerischen bedeutet Einfriedung<sup>82</sup> und ist in Deutschland zum größten Teil unbekannt. Ein Deutscher wird sich somit nicht viel unter dem Wort *Steinhag* im vorliegenden Beispiel vorstellen können. Durch die Verwendung des Wortes in der bestimmten Form Singular entsteht zudem der Eindruck, es könnte sich um etwas ganz Spezielles handeln, vielleicht ein in Norwegen bekanntes Bauwerk aus Stein oder eine Fläche mit interessanten Gesteinsformationen o.Ä.

Aber auch, wenn Deutsche Übersetzungen anfertigen, kann es beim Leser zu Unverständnis führen, wenn der Übersetzer Begriffe aus seinem regionalsprachlichen Umfeld verwendet, die in anderen Teilen Deutschland nicht verstanden werden, wie folgendes Beispiel zeigt:

---

<sup>79</sup> Vgl.: Hammerfest S.10

<sup>80</sup> Vgl.: Duden 2004

<sup>81</sup> Vgl.: Ryfylkeøyane 2003, S.3

<sup>82</sup> Vgl.: Duden 2004

*No: I 1860-årene solgte høker Jon Larsen fra kjellerbutikken brennevin [...].*

*De: [...] dass der Höker Jon Larsen in den sechziger Jahren des vorigen Jahrhunderts von einem Laden im Keller aus Branntwein aus einem Faß («dunk») verkaufte.<sup>83</sup>*

Das deutsche Wort *Höker* ist ein Begriff aus dem Plattdeutschen und bezeichnet einen Kleinhändler<sup>84</sup> Im Hochdeutschen ist dieser Begriff nicht bekannt, so dass z.B. ein Leser aus Bayern, Schwaben oder Sachsen etc. sich darunter nichts vorstellen kann. In Verbindung mit der Tatsache, dass sich der Laden im Keller befand, könnte der Eindruck entstehen, dass der Begriff *Höker* einen Kriminellen bezeichnet.

## **8.2. Fehler im textinternen Bereich**

### **8.2.1. Orthographie**

Oft gibt bei orthographischen Fehlern der Kontext darüber Aufschluss, was gemeint ist. Manchmal kann es jedoch passieren, dass durch solche Fehler der Inhalt verfälscht oder unverständlich wird, wie folgendes Beispiel zeigt:

*No: Plassen ligger 12 km nord for Gjøvik og 4 km sør for Mjøsbrua ved Rv4 nede ved Mjøsa*

*De: Der Campingplatz befindet sich am See Mjøsa, 12 km von Gjøvik in nördliche Richtung (Strasse 4), 4 km süd von der Bruche "Mjøsbrua".<sup>85</sup>*

Hier liegt ein doppelter Rechtschreibfehler vor (wahrscheinlich durch die norwegische Lautung bedingt), da das Wort *Brücke* sowohl ohne Umlaut als auch mit *ch* anstatt mit *ck* geschrieben wurde. Würde man dieses Wort nach norwegischer Lautung aussprechen, würde es ähnlich wie das deutsche Wort *Brücke* klingen. Deutsche Touristen wissen jedoch in der Regel nichts über die norwegische Lautung und werden daher dem Wort *Bruche* etwas ratlos gegenüberstehen, denn auch der Name *Mjøsbrua*, der auf Norwegisch beschreibt, dass es sich hier um eine Brücke handelt, wird einem deutschen Touristen nichts

---

<sup>83</sup> Vgl.: Fredrikstad, Die Festungsstadt

<sup>84</sup> Vgl.: Hamburger Abendblatt vom 25.06.2002

<sup>85</sup> Vgl.: Norsk Campingguide 2004, S.35

sagen.

Auch folgender Rechtschreibfehler aus der Anzeige eines Geschäftes wird deutsche Leser auf eine falsche Fährte locken:

*No: Manufaktur – Sport – Sko – Tipping*

*De: Kleidung – Sport – Schule – Tippen<sup>86</sup>*

Hier wurde der Dehnungskonsonant *h* im Wort *Schuhe* mit dem Konsonanten *l* vertauscht, wodurch das neue Wort *Schule* entstand. Ein deutscher Leser wird denken, dass in diesem Geschäft auch Unterricht oder Kurse abgehalten werden (eventuell Sportkurse, denn es wird ja auch *Sport* angeboten). Falls er Schuhe benötigt, wird er diese jedoch in einem anderen Geschäft suchen, da sie in der Anzeige nicht erwähnt werden.

### 8.2.2. Morphologie

Auch morphologische Fehler können zu Missverständnissen führen, wie folgendes Beispiel falscher Flexion zeigt:

*No: Spesielt stølsmijø med store stølshus*

*De: Besonderes Almmilieu mit großem Almhaus<sup>87</sup>*

Hier wird durch die Übersetzung des norwegischen Plurals (*store stølshus*) mit dem deutschen Singular (*großem Almhaus*) der falsche Eindruck vermittelt, dass es auf dem Gelände lediglich ein Gebäude gibt.

Auch falsche Tempusformen können die Aussage eines Satzes verändern, wie man an folgendem Beispiel sieht:

*No: Opplev hvordan drømme om å fly ble virkelighet*

*De: Der Traum vom Fliegen wird Wirklichkeit<sup>88</sup>*

---

<sup>86</sup> Vgl.: Hardanger 2004, S.72

<sup>87</sup> Vgl.: Nordfjord Guide 2004, S.42

<sup>88</sup> Vgl.: Norwegisches Luftfahrtmuseum

Der norwegische Text bezieht sich durch das im Präteritum stehende Verb *ble* konkret auf die Vergangenheit. Durch die Verwendung des im Präsens stehenden Verbs *wird* entsteht im Deutschen ein Bezug zur Gegenwart. Ein deutscher Leser könnte das so verstehen, als ob durch den Besuch im Museum sein Traum vom Fliegen Wirklichkeit würde.

Auch durch falsch verstandenes Genus Verbi können Übersetzungsfehler entstehen, wie man an folgendem Beispiel sieht:

No: [...] *Juvestoga, heimen til Juvekongen, som er flytt frå Øyffell*

De: *Das Wohnhaus war das Heim von "König" Juve, der von Øyffell umgezogen war*<sup>89</sup>

Hier wurde das Zustandspassiv (*er flytt* = *wurde versetzt*) mit Plusquamperfekt (*umgezogen war*) übersetzt, wodurch sich auch der Bezug des Relativsatzes ändert. Während im norwegischen Original also die *Juvestoga* versetzt wurde, ist es in der deutschen Übersetzung ihr Bewohner, der *Juvekonge*, der umzog und dann an dem neuen Ort die *Juvestoga* baute. Es entsteht also der falsche Eindruck, dass die *Juvestoga* sich schon immer an ihrem heutigen Standort befunden hat.

Auch im Bereich der Morphosyntax können Fehler entstehen, wie folgendes Beispiel zeigt:

No: *Gjetarne og Budeiene møttest her til leik og moro*

De: *Sennerinnen und Hirtenjungen sollen sich hier zum Tanz getroffen haben*<sup>90</sup>

Das einfache Präteritum im norwegischen Originaltext wurde hier mit einer Modalverbkonstruktion übersetzt, wobei das Modalverb *sollen* epistemisch verwendet wird. Während also im Norwegischen durch das einfache Präteritum ausgedrückt wird, dass diese Treffen tatsächlich stattgefunden haben, wird in der deutschen Übersetzung durch die Verwendung des epistemischen Modalverbs *sollen* eine Distanz zu dieser Tatsache hergestellt, und es entsteht der Eindruck, dass es sich eher um eine mündliche Überlieferung handelt, die nicht eindeutig erwiesen ist.

---

<sup>89</sup> Vgl.: Museum i Tokke, S.2

<sup>90</sup> Vgl.: Wandern in Rauland, Haukeli und Vinje, S.2



### 8.2.3. Syntax

Durch fehlerhaften syntaktischen Bezug kann der Inhalt eines Satzes falsch wiedergegeben werden, wie in folgendem Beispiel:

*No: Informasjon om kultur, natur og geologie*

*De: Kultur, Natur, Information über Geologie*<sup>91</sup>

Hier besagt der norwegische Satz, dass die Touristen auf ihrer Wanderung Informationen zu den drei Themen *Kultur*, *Natur* und *Geologie* erhalten. Durch die veränderte Satzstellung im deutschen Satz ist die Aussage hier, dass die Touristen lediglich zum Thema *Geologie* Informationen erhalten werden. Während der norwegische Satz also eher eine allgemeinbildende Wanderung beschreibt, erhält man durch die deutsche Übersetzung den Eindruck, dass sich das Angebot der Wanderung speziell an geologisch interessierte Touristen wendet.

Ein weiteres Beispiel hierfür ist Folgendes:

*No: [...] serverer varmrøkt hjortevilt og fisk [...]*

*De: [...] wie warmgeräucherter Fisch oder Hirschfleisch [...]*<sup>92</sup>

Im Norwegischen ist das Attribut *varmrøkt* ambig zu verstehen, da es nicht flektiert ist und die beiden darauf folgenden Substantive *hjortevilt* und *fisk* durch die Konjunktion *og* verbunden sind. Das Attribut kann sich entweder nur auf *hjortevilt* beziehen oder auch sowohl auf *hjortevilt* als auch *fisk*. Auf jeden Fall ist klar, dass das Restaurant geräuchertes Hirschfleisch anbietet. Im Deutschen wurde die Stellung der beiden Substantive *Hirschfleisch* und *Fisch* vertauscht, so dass das Attribut direkt vor *Fisch* steht. Durch diesen Platzwechsel der Substantive ergeben sich im Deutschen ganz andere Gerichte als im Norwegischen, denn das Attribut ist im Deutschen zudem flektiert und hat eine maskuline Endung, wodurch es sich eindeutig nur auf *Fisch* bezieht. Dadurch geht der Charakter einer nicht so oft erhältlichen Spezialität, die warmgeräuchertes Hirschfleisch zweifelsohne ist, verloren, und das Speisenangebot erhält eine mehr alltägliche Note.

Im folgenden Beispiel geht es um die Bauweise der ersten Rorbuer in Nordnorwegen:

---

<sup>91</sup> Vgl.: Flakstad & Moskenes Guide 2003, S.53

<sup>92</sup> Vgl.: Skeikampen og Gausdal, Sommerguide 2004, S.17

No: Buene var enkle, bygget på påler delvis ute i havet [...]

De: Diese damals noch sehr einfachen Unterkünfte für auswärtige Lofotfischer, teilweise auf Pfählen im Wasser gebaut [...] <sup>93</sup>

Während sich das Modaladverb *delvis* im Norwegischen auf die Präpositionalphrase *ute i havet* bezieht, bezieht sich die deutsche Übersetzung *teilweise* auf die Präpositionalphrase *auf Pfählen*. Im Gegensatz zur norwegischen Version, aus der hervorgeht, dass diese ersten Rorbuer alle auf Pfählen gebaut waren, entsteht also im Deutschen der Eindruck, dass nicht alle dieser Rorbuer auf Pfählen gebaut waren.

Mitunter kann es beim Übersetzen passieren, dass ein Satz syntaktisch zwar korrekt, inhaltlich jedoch durch die Anordnung der Satzglieder mehrdeutig ist, z.B.:

No: [...] tok utgangspunkt i Petter Dass' tekster i Nordlandstrompet [...]

De: [...] entlehnen ihre Motive den Texten von Petter Dass aus der „Nordland-Trompete“ [...] <sup>94</sup>

Im norwegischen Original wird dem Leser vermittelt, dass es um Texte aus einem literarischen Werk namens *Nordlandstrompet* geht, welches von *Petter Dass* geschrieben wurde. In der deutschen Übersetzung ist durch die zwei hintereinander stehenden Präpositionalphrasen *von Petter Dass* und *aus der „Nordland-Trompete“* nicht ganz eindeutig, ob sich die Präpositionalphrase *aus der „Nordland-Trompete“* auf *den Texten* oder *von Petter Dass* bezieht. Den deutschen Zieltextlesern ist zudem weder die Person *Petter Dass* noch das Werk *Nordland-Trompete* bekannt. Dadurch, dass *aus der Nordlandtrompete* hier direkt auf den Namen *Petter Dass* folgt, könnte man also annehmen, dass es sich bei *Petter Dass* um eine Figur aus der *Nordland-Trompete* handelt. Der Satz wäre eindeutiger gewesen, wenn man die Präpositionalphrase *von Petter Dass* ans Ende gestellt hätte: [...] *entlehnen ihre Motive den Texten aus der „Nordland-Trompete“ von Petter Dass*.

Ein ähnliches Beispiel ist Folgendes:

No: [...] opplev fossiler, skjeletter og dinosauregg

De: Bewundern Sie Fossilien, Skelette und Eier von Dinosauriern

---

<sup>93</sup> Vgl.: Nordland 2004, S.2

<sup>94</sup> Vgl.: Kunst mit ewigem Leben, S.1

Im norwegischen Text wird durch das Kompositum *dinosauregg* deutlich, dass nur die Eier von Dinosauriern stammen, während die Skelette und Fossilien auch von anderen Tieren stammen können. Im deutschen Text ist es durch die Stellung der Präpositionalphrase *von Dinosauriern* nach der Aufzählung der Substantive nicht deutlich, ob sich diese Phrase nur auf das Substantiv Eier bezieht oder eventuell auch auf die Substantive Fossilien und Skelette. Um Mehrdeutigkeit zu vermeiden, hätte man bei der Übersetzung wie im Original ein Kompositum verwenden können.

#### **8.2.4. Lexik**

Die Kategorie der Lexik umfasst mehrere Bereiche:

##### **8.2.4.1. Falsche Übersetzung einzelner Wörter oder Phrasen**

Hier werden einzelne Wörter oder Phrasen falsch übersetzt, jedoch bleibt der syntaktische Bezug der gleiche, wie in folgendem Beispiel:

*No: innendørs klatrevegg*

*De: Kletterwand im Freien*<sup>95</sup>

Hier wird das norwegische Adjektiv *innendørs* im Deutschen durch die Präpositionalphrase *im Freien* übersetzt. In beiden Fällen ist zwar *klatrevegg* / *Kletterwand* der Bezugsterm, jedoch drückt der deutsche Satz durch die falsche Übersetzung des Wortes *innendørs* das Gegenteil des norwegischen Satzes aus. An Regentagen wird sich daher wohl kein deutscher Tourist für die Kletterwand interessieren.

Ein weiteres Beispiel ist folgende Übersetzung eines Textes aus dem Gastronomiebereich:

*No: Alle rettigheter*

*De: Unter Beachtung aller gesetzl. Vorschriften*<sup>96</sup>

---

<sup>95</sup> Vgl.: Vinjeguiden 2004, S.8/9

<sup>96</sup> Vgl.: -på solsiden av Oslofjorden 2004, S.28

Hier wird der Begriff *rettigheter* (= *Schankrecht*) im Norwegischen zu *gesetzlichen Vorschriften* im Deutschen. Da die Phrase *Unter Beachtung aller gesetzl. Vorschriften* in Bezug auf den Ausschank von Alkohol in Deutschland nicht üblich ist und es im vorangehenden Satz um Gerichte der Speisekarte eines Restaurants geht, werden deutsche Touristen eher denken, dass es sich um gesetzliche Vorschriften zur Zubereitung von Speisen handelt. Dadurch könnten die Touristen zu dem Schluss kommen, dass in norwegischen Restaurants oft nachlässig gearbeitet wird, so dass besondere Vorschriften erlassen wurden. Dies kann eventuell dazu führen, dass die Touristen Restaurants, die nicht explizit darauf hinweisen, alle gesetzlichen Vorschriften zu beachten, eher mit Skepsis begegnen.

Wenn es um das Essen geht, ist es wichtig, die Tageszeiten hierfür nicht zu verwechseln, wie folgendes Beispiel aus einer Broschüre von Hurtigruten zeigt:

*[...] og spise lunsj i Tromsøs travle gater?*

*[...] oder [...] in Tromsøs geschäftigen Straßen zu shoppen und zu Abend zu essen*<sup>97</sup>

Da in Norwegen zumeist abends warm gegessen wird, nimmt man die kleinere Mahlzeit *lunsj* mittags zu sich. Ein deutscher Hurtigrutentourist, der sich auf ein Abendessen in Tromsø freut, dürfte zudem enttäuscht werden, denn die Schiffe der Hurtigrute haben auf ihrer Reise nach Norden nachmittags und auf ihrer Reise nach Süden mitten in der Nacht Aufenthalt in Tromsø.

Aus dem Bereich der Natur ist folgendes Beispiel:

*No: Koselig og avslappende familiefiske med dupp og mark etter småørret og abbor [...]*

*De: Zur gemütlichen Familientour mit Schwimmer und Maden um Rotbarsch und Kleinforellen zu angeln [...]*<sup>98</sup>

Bei dem norwegischen Fisch *Abbor* handelt es sich im Deutschen zwar vom Namen her um einen *Barsch*, jedoch nicht, wie in dieser Übersetzung, um den Meeresfisch *Rotbarsch* (*Sebastes marinus*), sondern um den Süßwasserfisch *Flussbarsch* (*Perca fluviatilis*)<sup>99</sup>. Dieser Übersetzungsfehler ist umso gravierender, als es in dem betreffenden Artikel um

---

<sup>97</sup> Vgl.: Hurtigruten, S.16

<sup>98</sup> Vgl.: Valdres, S.4

<sup>99</sup> Vgl.: Store Norske Leksikon 2005

die Binnengewässer von Valdres geht. Das Angeln von Meeresfischen wäre hier allein geographisch gesehen schon nicht möglich.

Ein weiteres Beispiel aus dem Tierreich ist folgendes:

*No: Tusener av lundefugler har tilhold der i sommerhalvåret*

*De: Tausende von Tordalken halten sich hier während des Sommerhalbjahres auf*<sup>100</sup>

Das norwegische Wort *lundefugler* wurde hier fälschlicherweise mit dem deutschen Wort *Tordalken* übersetzt, bedeutet jedoch *Papageientaucher*. Die Papageientaucher gehören zwar auch zur Familie der Alkenvögel, zeichnen sich aber im Gegensatz zu den Tordalken durch einen markanten rot-orangen Schnabel aus. Durch ihr putziges Aussehen sind sie auch bei Nicht-Ornithologen sehr beliebt, und Orte, die eine Papageientaucherpopulation aufweisen, sind beliebte Ziele für deutsche Touristen. Man kann also davon ausgehen, dass durch diesen Übersetzungsfehler etliche Touristen die in diesem Artikel beschriebene Inselgemeinde Lovund nicht besuchen werden, da Tordalken nicht so eine hohe Anziehungskraft auf deutsche Touristen haben wie Papageientaucher.

Aus einem Text, der sich besonders an Jagdinteressierte wendet, ist folgender Fehler:

*No: Rådyrbukkjakt 10.8.- 15.9.*

*De: Hirschjagd vom 10.8. – 15.9.*<sup>101</sup>

Das norwegische Wort *rådyrbukk* bezeichnet einen *Rehbock* und keinen *Hirsch*. Dieser heißt auf Norwegisch *hjorte*. Nun mag für einen Jagdlaien zwischen Rehbock und Hirsch kein großer Unterschied bestehen, für einen Jäger besteht dieser Unterschied allerdings schon. Ein Jäger, der diese Broschüre liest und sich auf die Hirschjagd freut, wird sicherlich nicht erfreut sein, wenn er am Urlaubsort ankommt und erfährt, dass er hier nur auf Rehböcke schießen darf.

Aus dem Bereich der Sehenswürdigkeiten kommt folgendes Beispiel:

*No: I Hvitsten er Ramme Gårds Økologiske diversehandel*

*De: In Hvitsten ist der neue, interessante, ökologische Gebrauchtwarenhandel*<sup>102</sup>

---

<sup>100</sup> Vgl.: Kystriksveien 2004, S. 86

<sup>101</sup> Vgl.: Velkommen til Gudbrandsdalen 2004, S.76

<sup>102</sup> Vgl.: -på solsiden av Oslofjorden 2004, S.8

Auch wenn das norwegische Wort *diversehandel* häufig in Verbindung mit Antiquitäten oder Trödel gebraucht wird, dürfte durch das Attribut *økologisk* sowie durch den Kontext des Bauernhofes klar sein, dass es sich hier um einen Hofladen handelt, auf dem ökologische Lebensmittel angeboten werden. Ein zusätzlicher Blick auf die Internetseite von Ramme Gård hätte dies dem Übersetzer bestätigt<sup>103</sup>. Der Begriff *ökologische Gebrauchswaren* ist im Deutschen nicht gebräuchlich, und es ist auch nicht klar, was der Übersetzer damit eigentlich meint. Deutsche Touristen, die an ökologischen Lebensmitteln interessiert sind, werden durch diese Übersetzung jedoch nicht unbedingt vom Angebot des Ramme Gård angelockt.

Manchmal ändert sich durch ein falsch übersetztes Wort auch der syntaktische Bezug, wie folgendes Beispiel zeigt:

... *og håndverket, som er utført, er fremragende.*

... *das Handwerk wird heute noch angewandt*<sup>104</sup>

Hier wurde das norwegische Adjektiv *fremragende* vom Übersetzer statt mit *hervorragend* mit dem deutschen Adverbial *heute noch* übersetzt. Dies führte dazu, dass der norwegische Relativsatz im Zustandspassiv *som er utført* im Deutschen zu einer Partizipialkonstruktion im Vorgangspassiv *wird angewandt* im Hauptsatz umgeformt wurde. Dadurch geht der qualitative Aspekt des Handwerks, nämlich dass es *hervorragend* ist, in der deutschen Version verloren. Der Leser erfährt lediglich, dass das Handwerk heute noch angewandt wird, aber über dessen Qualität erfährt er nichts.

Auch bei ausgeschriebenen Zahlen kann es zu Fehlern kommen, wie in folgendem Beispiel:

No: *Fem* av dem er 18-hulls baner – i Holmestrand, Stokke, Horten, Nøtterøy og Larvik.

Viste du at *to* av dem er kåret til Norges beste?

De: [...] darunter *drei* 18-Loch-Plätze in Holmestrand, Stokke, Horten, Nøtterøy und Larvik. *Fünf* der Plätze wurden sogar als Norwegens beste gekürt<sup>105</sup>

Neben der Tatsache, dass es mathematisch gar nicht möglich ist, dass fünf Golfplätze eine

<sup>103</sup> Vgl.: <http://www.rammegaard.no>

<sup>104</sup> Vgl.: -på solsiden av Oslofjorden 2004, S.58/59

<sup>105</sup> Vgl.: Vestfold 2004, S.10

Teilmenge von drei Golfplätzen bilden, sieht es für die deutschen Touristen auch nach einer Art Suchspiel aus, in den fünf Orten Holmestrand, Stokke, Horten, Nøtterøy und Larvik die drei 18-Loch-Golfplätze zu finden.

Auch ganze Phrasen können beim Übersetzen missverstanden werden, wie folgendes Beispiel zeigt:

*No: [...] med en av Norges høyest beliggende golfbaner*

*De: mit den am höchsten gelegenen Golfbahnen Norwegens*<sup>106</sup>

Hier hat der Übersetzer die partitive Nominalkonstruktion mit einer definiten Nominalphrase übersetzt, wodurch aus einer Golfbahn vor Ort, die eine von mehreren am höchsten gelegenen Golfbahnen ist, gleich mehrere Golfbahnen vor Ort wurden, die allesamt am höchsten in Norwegen gelegen sind. Ein deutscher Golfenthusiast, der sich auf mehrere Golfbahnen freut, wird sicher enttäuscht sein, wenn er lediglich eine vorfindet. Zudem wird ihm durch diese fehlerhafte Übersetzung auch noch suggeriert, dass es im übrigen Land keine andere Golfbahn gibt, die höher gelegen ist.

#### **8.2.4.2. Falsche Freunde**

Bei den so genannten „falschen Freunden“ wird ein Wort der Ausgangssprache durch ein gleiches oder ähnliches Wort der Zielsprache übersetzt, wobei das Wort in beiden Sprachen jedoch unterschiedliche Bedeutung hat, wie folgendes Beispiel aus dem gastronomischen Bereich zeigt:

*No: Frokost, lunsj og middagsservering*

*De: Frühstück und Mittagsgerichte*<sup>107</sup>

Da in Norwegen erst ab spätnachmittags *middag* gegessen wird, während das *Mittagessen* in Deutschland um die Mittagszeit gegessen wird, werden deutsche Touristen hier mittags vergeblich für eine größere warme Mahlzeit einkehren, und die Deutschen, die gerne warm zu Abend essen, werden wahrscheinlich ein anderes Restaurant besuchen, da im deutschen Text nur von Frühstück und Mittagsgerichten die Rede ist.

---

<sup>106</sup> Vgl.: Sørlandet 2004, S.36

<sup>107</sup> Vgl.: Sandefjord byguide 2004, S.32

Auch folgendes Beispiel gehört in den Bereich der falschen Freunde:

*No: [...] byens tidligere brannstasjon med et høyt tårn for tørking av slanger*

*De: [...] zur früheren Feuerwache mit einem hohen Turm zum Trocknen der  
Wasserschlangen*<sup>108</sup>

Während mit dem norwegischen Wort *slanger* in diesem Kontext *Schläuche* gemeint sind, können mit dem Wort *Schlangen* im Deutschen entweder Tiere oder hintereinander in einer Reihe stehende Menschen oder Autos gemeint sein. Die Bedeutung *Schläuche* hat das deutsche Wort *Schlangen* jedoch nicht. Auch das vom Übersetzer hinzugefügte Wort *Wasser* im Kompositum *Wasserschlangen* macht den Zusammenhang nicht deutlicher, da *Wasserschlangen* im Deutschen *im Wasser lebende Schlangen* sind. Deutsche Touristen werden es sicher recht exotisch finden, dass man in Drøbak Wasserschlangen trocknet. Wer jedoch im Urlaub gerne im Fjord baden möchte, wird aus Angst vor solchen Tieren daher wohl nicht in Drøbak und Umgebung seine Ferien verbringen wollen.

Ein weiteres Beispiel ist folgendes:

*No: Eplemost*

*De: Apfelm~~ost~~*<sup>109</sup>

Das Wort *Most* in Zusammenhang mit Äpfeln gibt es sowohl im Norwegischen als auch im Deutschen. Doch während *Eplemost* im Norwegischen nur die Bedeutung *Saft aus frischen Äpfeln* hat<sup>110</sup>, hat *Apfelm~~ost~~* im Deutschen zwei Bedeutungen: a) *Apfelsaft* und b) *leicht alkoholisches Getränk aus unvergorenem Apfelsaft*<sup>111</sup>. Da für die alkoholfreie Variante im Deutschen vornehmlich das Wort *Apfelsaft* gebraucht wird, wird mit dem Wort *Apfelm~~ost~~* meist die alkoholische Variante verbunden. Viele deutsche Touristen werden sich hier also vergebens auf ein alkoholisches Getränk freuen.

Für Verwirrung sorgt folgender Text:

---

<sup>108</sup> Vgl.: Wanderungen in Drøbak, Rundgang Nr. 2 / 37

<sup>109</sup> Vgl.: Norge / Norway / Norwegen Bygdeturisme – Gardsmat 2004/05, S.17

<sup>110</sup> Vgl.: Norsk illustrert Ordbok, 1993

<sup>111</sup> Vgl.: Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 2003



*No: De naturskjønne omgivelsene byr på rikelige med fritidsmuligheter, som f.eks. bad, fiske og handikapp tilpasset turløype langs stranden.*

*De: Die schöne Natur in der Umgebung bietet zahlreiche Freizeitmöglichkeiten, wie Freibad, Angelplätze, Loipen am Strand (behindertengerecht) und Reitwege<sup>112</sup>.*

Das norwegische Wort *Turløype* kann sowohl einen Wanderweg als auch eine Loipe für Skilanglauf bezeichnen, während das deutsche Wort *Loipe* nur als Begriff im Skilanglauf verwendet wird. Da es sich hier um einen Sommerprospekt (Camping) handelt, ist es logisch, dass es sich bei dem norwegischen Wort *Turløype* um einen Wanderweg handeln muss. Das Attribut *handikapp tilpasset* sagt zudem aus, dass dieser Weg auch behindertengerecht ist. Das Attribut *behindertengerecht* bedeutet im Allgemeinen *für Rollstuhlfahrer geeignet*<sup>113</sup>. Das Wort *Loipen* in der deutschen Übersetzung wird beim flüchtigen Lesen zu der Annahme führen, dass man hier im Sommer Skilanglauf betreiben kann. Da es bei vielen Deutschen das Vorurteil gibt, dass es in Norwegen immer kalt ist, wird die Möglichkeit des Skilanglaufs im Sommer nicht unbedingt auf Verwunderung stoßen. In diesem Zusammenhang wirkt allerdings der Zusatz *behindertengerecht* etwas seltsam, da Langlauf mit Rollstuhl recht sonderlich anmutet. Anstatt eines normalen Sommer-Freizeitangebots entsteht also beim flüchtigen Lesen für deutsche Touristen der Eindruck, dass es sich hier um ein sehr spezielles Angebot handelt. Wer für Skifahren und Schnee im Sommer kein Interesse hat, wird hier wohl eher nicht hinfahren, und Touristen, die dieses Angebot neugierig macht, werden wahrscheinlich enttäuscht sein.

Auch folgender Auszug ist ein Beispiel für falsche Freunde, auch wenn es auf den ersten Blick nicht so aussehen mag, da sich die entsprechenden Wörter überhaupt nicht ähneln:

*No: Dyrkar bringebær, jordbær, blåbær, moreller, eple.*

*De: Anbau von Himbeeren, Erdbeeren, Blaubeeren, Sauerkirschen, und Äpfeln.<sup>114</sup>*

Es handelt sich hier um indirekte falsche Freunde, denn für Sauerkirschen werden in Deutschland auch die Wörter *Schattenmorellen* oder *Morellen* verwendet, die dem norwegischen Wort *moreller* gleichen. Allerdings bezeichnet das norwegische Wort *moreller*

---

<sup>112</sup> Vgl.: Camping 2004, S.27

<sup>113</sup> Dies ergibt sich auch aus der Tatsache, dass das internationale Piktogramm für *behindertengerecht* ein Rollstuhl ist

<sup>114</sup> Vgl.: Norge / Norway / Norwegen 2004 / 2005 Bygdeturisme – Gardsmat, S.55

Süßkirschen<sup>115</sup>, die man normalerweise lieber isst als Sauerkirschen (diese nimmt man eher zum Backen oder Einkochen). Die deutsche Übersetzung wird daher wohl kaum einen deutschen Touristen dazu verlocken, sich auf dem Bauernhof Kirschen zu kaufen.

Es gibt auch falsche Freunde, die sich nur grob in ihrer Schreibweise ähneln, wie man an folgendem Beispiel sieht:

*No: Garder kirke. [...] Ligger høyt og fritt i Garder, ved «tunet» i bygda*

*De: Garder Kirche. [...] Sie liegt frei und hoch oben im Garten in der Nähe des «Stadt-turmes»<sup>116</sup>*

Es sieht aus, als hätte der Übersetzer hier mehr geraten als gedacht. Er hat den Ortsnamen *Garder* als normales Substantiv verstanden und mit dem deutschen Substantiv *Garten* gleichgesetzt, und in dem Wort *tunet* (= *Hofplatz*) hat er anscheinend eine Ähnlichkeit mit dem deutschen Wort *Turm* gesehen. Deutsche Touristen, die sich bei der Suche nach dieser Kirche an jenem *Stadtturm* orientieren möchten, werden wohl erfolglos suchen.

Eine andere Art falscher Freunde sind solche Wörter, die direkt oder leicht modifiziert von der Ausgangssprache in die Zielsprache übernommen werden, wobei diese Wörter in der Zielsprache jedoch nicht existieren, wie folgendes Beispiel zeigt:

*No: Rappellering*

*De: Rappellieren*<sup>117</sup>

Das Wort *rappellere* ist im Norwegischen ein Fremdwort französischen Ursprungs<sup>118</sup>, das bei der Übersetzung ins Deutsche, lediglich durch die bei deutschen Fremdwörtern übliche Endung *-ieren* modifiziert, direkt übernommen wurde. Jedoch existiert dieses Wort im Deutschen nicht<sup>119</sup>. Deutsche Touristen, die kein Norwegisch können, werden daher nicht verstehen, dass es sich hierbei um das Aktivitätsangebot *Abseilen* handelt.

Ebenfalls in die Kategorie der falschen Freunde fallen solche Wörter, die zwar sowohl in Ausgangs- und Zielsprache existieren, jedoch in der Ausgangssprache zum allgemeinen

---

<sup>115</sup> Vgl.: Norsk illustrert Ordbok 1993

<sup>116</sup> Vgl.: -på solsiden av Oslofjorden 2004, S.59

<sup>117</sup> Vgl.: Trøndelag, S.4

<sup>118</sup> Vgl.: Norsk illustrert ordbok 1993

<sup>119</sup> Vgl.: Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 2003

Wortschatz gehören, während sie in der Zielsprache zu den Fachbegriffen gehören, wie folgendes Beispiel zeigt:

*No: ...fra kyst til fjell*

*De: ...von der Küste ins Fjell*<sup>120</sup>

Während im Norwegischen das Wort *fjell* zum allgemeinen Wortschatz gehört und *Berg* / *Gebirge* bedeutet, ist dieses Wort im Deutschen ein Fachausdruck aus der Geographie und bedeutet *Hochgebirgsfläche in Skandinavien*<sup>121</sup>. Dieser Fachbegriff ist jedoch den meisten Deutschen nicht bekannt, und daher werden viele deutsche Touristen sich unter diesem Wort nichts vorstellen können.

Auch Begriffe mit Zahlen, wie in folgendem Beispiel fallen in die Kategorie der falschen Freunde:

*No: Døpefont fra 1100-tallet*

*De: Das Taufbecken ist aus dem 11. Jahrhundert*<sup>122</sup>

Der Begriff *1100-tallet* beinhaltet den gesamten Zeitraum von 1100 bis 1199, also das *12. Jahrhundert*. Der deutsche Übersetzer hat sich jedoch von der Zahl 11 täuschen lassen und den Begriff mit *11. Jahrhundert* übersetzt. Dadurch wird das Taufbecken um 100 Jahre älter gemacht, und den deutschen Touristen wird eine falsche Information vermittelt.

#### **8.2.4.3. Divergenzbedingte lexikalische Fehler**

Neben den bisher behandelten normalen lexikalischen Fehlern gibt es auch divergenzbedingte Fehler (siehe Kapitel 5.4.1.), die durch Missverständnisse von Doppeldeutigkeiten im Ausgangstext entstehen, wie man an folgendem Beispiel sieht:

*No: Turen [...] byr på 160 eventyrlige kilometer fjord og fjell*

*De: Die Fahrt [...] führt quer durch [...] 160 abenteuerliche Kilometer Fjord und Fjell*<sup>123</sup>

---

<sup>120</sup> Vgl.: Finnmark 2004, S.10

<sup>121</sup> Vgl.: Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 2003

<sup>122</sup> Vgl.: Velkommen til Gudbrandsdalen 2004, S.88

<sup>123</sup> Vgl.: Troms 2004, S.10

Das norwegische Wort *eventyrlig* kann sowohl *abenteuerlich* als auch *phantastisch* bedeuten<sup>124</sup>. In der oben zitierten Broschüre geht es um die Schönheit der Landschaft, so dass hier *eventyrlig* im Sinne von *phantastisch* verwendet wurde. Das deutsche Wort *abenteuerlich* deutet jedoch nicht unbedingt auf Schönheit hin, sondern suggeriert, dass die Fahrt nicht ganz ohne Gefahren ist. Im Gegensatz zum norwegischen Text, der mit dem Wort *eventyrlig* an alle Leser appelliert, wird der deutsche Text mit dem Wort *abenteuerlich* nur die wagemutigen Leser für diese Strecke interessieren. Auf diese Weise werden die weniger wagemutigen Touristen sich eher nicht für diese Strecke entscheiden, was der Region im Endeffekt weniger Einnahmen beschern wird.

Auch in folgendem Beispiel ist der Fehler divergenzbedingt:

*No: 14 steiner danner en skipsformet steinsetting med stevnene i vest-øst retning*

*De: 14 Steine bilden einen schiffsähnlich geformten Steinkreis, wo die Versammlungen in West-Ost-Richtung abgehalten wurden*<sup>125</sup>

Mit dem norwegischen Wort *stevnene* sind hier *Vorder-* und *Achterstegen* der beschriebenen Schiffsform gemeint. Allerdings gleicht das Wort durch seine Flexion in der bestimmten Pluralform dem Wort *stevne*, das in der bestimmten Pluralform gleich lautet und auf Deutsch *Versammlung* bedeutet. So wurde der beschriebene Ort in der deutschen Übersetzung zu einem Versammlungsort.

Eine Zeichenerklärung aus einer Übersicht über Übernachtungsmöglichkeiten hat beim Übersetzen ebenfalls für ein Missverständnis gesorgt:

*No: S = Seter*

*De: S = Sitze*<sup>126</sup>

Hier wurde der Singular des norwegischen Worts *Seter* (deutsch: *Alm*) als Plural des Wortes *Sete* (deutsch: *Sitz*) missverstanden und dementsprechend übersetzt. Allerdings ergibt diese Übersetzung in der Übersicht von Übernachtungsmöglichkeiten zwischen den Rubriken *Hotel*, *Zimmer*, *Wohnung* etc. keinen Sinn, denn auch wenn man als Tourist auf andere Sitten im Ausland eingestellt ist, wird man wohl nicht annehmen, dass es sich hier

---

<sup>124</sup> Vgl.: Norsk illustrert Ordbok 1993

<sup>125</sup> Vgl.: Larvik 2004, S.15

<sup>126</sup> Vgl.: Finnmark 2004, S.18

um Übernachtungen auf Liegesitzen handeln könnte. Mit sehr viel Phantasie könnte ein Tourist noch auf die Idee kommen, dass es sich bei der Übernachtungskategorie *Sitze* um *Herrensitze* handeln könnte, was jedoch ein ganz anderer Übernachtungsstandard als eine Alm wäre und falsche Erwartungen hervorrufen würde.

Ein weiteres Beispiel ist:

*No: Små bekker [...] er ofte grytebekker for ørret. [...]. Etter forskrifter fra fylkesmannen er det fiskeforbud i disse bekkene. I Sonskilen er det garnforbudt*

*De: [...], diese sind meist Brutstätten der Forellen. [...] Es ist strikt verboten in diesen Bächen zu angeln(lt. gesetzl. Vorschrift in diesem Verwaltungsbezirk). In diesen Zonen ist das Benutzen von Netzen verboten<sup>127</sup>*

Im norwegischen Original ist hier die Rede vom Freizeithafen des Ortes *Son*, dem so genannten *Sonskilen*. Beim Übersetzen wurde der Ortsname *Son* dann mit dem norwegischen Substantiv *Sone* verwechselt und der Begriff *Sonskilen* im Deutschen dann entsprechend mit *diesen Zonen* übersetzt. Hierdurch entsteht ein falscher Bezug, da das Demonstrativpronomen *diesen* sich hier auf die bereits erwähnten Bäche bezieht. Es entsteht also der Eindruck, dass man in den Bächen nicht mit Netzen fischen darf. Im Norwegischen führt die Präpositionalphrase *I Sonskilen* jedoch eine neue, vorher noch nicht erwähnte Information ein. Es geht jetzt nicht mehr um das Fischen in den Bächen, sondern um das Fischen im Bereich des Freizeithafens *Sonskilen*, der am Fjord liegt.

Zu den interferenzbedingten Fehlern (siehe Kapitel 5.4.1) gehört folgendes Beispiel:

*No: På 1600 tallet var det særlig eksport av tømmer til Holland og Danmark*

*De: Im 17. Jahrhundert wurden vor allem Holzfässer nach Holland und Dänemark exportiert<sup>128</sup>*

Hier wurde das norwegische Wort *tømmer* mit dem sehr ähnlich geschriebenen und klingendem Wort *tønner* verwechselt und daher statt mit *Baumstämmen* / *Holz* (also Rohstoffe) mit *Holzfässer* (also fertige Produkte) übersetzt. Die ursprüngliche Information wird in der Übersetzung also falsch wiedergegeben.

---

<sup>127</sup> Vgl.: - på Solsiden av Oslofjorden 2004, S.43

<sup>128</sup> Vgl.: visitLister, S.1

Ebenfalls interferenzbedingt ist folgendes Beispiel:

*No: Her kan du la øynene hvile på blå fjord, hvite båter og røde kyr bak steingjerder.*

*De: Lassen Sie Ihre Augen ruhen auf dem blauen Fjord, den weißen Booten und den roten  
Kirchen hinter den Steinmüerchen.*<sup>129</sup>

Hier hat der Übersetzer das Bokmålwort *kyr* (= *Kühe*) mit dem ähnlich lautenden Nynorskwort *kyrkje* (= *Kirche*) verwechselt. Für den Leser entsteht dadurch der Eindruck, dass rote Kirchen für die beschriebene Region typisch sind. Es werden also Erwartungen geweckt, die von der Realität nicht erfüllt werden, da es sich statt um die im Text erwähnten Bauwerke tatsächlich um Nutztiere handelt. Touristen, die sich besonders für Kirchen interessieren, werden daher enttäuscht sein, wenn sie aufgrund der Broschüre die Region besuchen und statt der Kirchen Kühe vorfinden.

### 8.2.5. Gebrauch falscher Metaphern oder Bilder

Auch der Gebrauch falscher Metaphern kann zu Verwirrung führen, wie folgendes Beispiel zeigt:

*No: Lærdal ligg inst i den eine armen av Sognefjorden [...]*

*De: Lærdal liegt am Fuße des Sognefjordes [...]*<sup>130</sup>

Die Metapher *am Fuße des / der* bezieht sich auf Ortsangaben auf vertikaler Ebene und bedeutet *am unteren Ende*. Da sich ein Fjord aber nicht vertikal sondern horizontal erstreckt, ist diese Metapher hier falsch und enthält für den Leser keine verständliche Information über die Lage des Ortes Lærdal.

### 8.2.6. Mischformen

Manche Fehler lassen sich nicht eindeutig in die oben genannten Kategorien einordnen und werden daher in diesem Kapitel vorgestellt.

---

<sup>129</sup> Vgl.: Stavanger Guide 2004, S.25

<sup>130</sup> Vgl.: The Fjords, S.44

In folgendem Beispiel gibt es gleich mehrere Fehler, die die ursprüngliche Information aus dem norwegischen Text verfälschen:

*No: Når sola steker og Oslofjorden blinker blått, står badelivet i fokus. Imidlertid kan det være godt med litt avveksling innimellom, eller det kan jo hende at det regner en dag*

*De: Wenn die Sonne brennt und der Oslofjord glitzert, dann ist Baden angesagt. Das ist zwischenzeitlich eine gute Abwechslung und Abkühlung, die genutzt werden sollte, denn es kann ja auch mal an dem einen oder anderem Tag regnen.*<sup>131</sup>

Hier wurde das norwegische Wort *imidlertid* offenbar mit dem ähnlich klingenden Wort *midlertidig* verwechselt und statt mit *jedoch* mit *zwischenzeitlich* übersetzt. Zudem wurde das Platzhalter-Element *det*, welches für *litt avveksling innimellom* steht und ein neues Thema einführt, als Demonstrativpronomen *das* übersetzt, wodurch das im vorangegangenen Satz erwähnte *Baden* als Rhema wieder aufgenommen wird. Zusätzlich wurde in der deutschen Übersetzung noch der im Norwegischen nicht vorhandene Relativsatz *die genutzt werden sollte* hinzugefügt und die norwegische Konjunktion *eller* mit der deutschen Konjunktion *denn* übersetzt.

Durch diese Kombination von falschen Übersetzungen und der Hinzufügung ergibt sich eine veränderte Satzaussage. Während im Norwegischen das Baden im Fjord als Hauptfreizeitbetätigung beschrieben wird, die ab und zu durch andere Betätigungen unterbrochen werden kann, wird das Baden im Fjord in der deutschen Übersetzung zur eher sekundären Freizeitbeschäftigung, für die die Rahmenbedingungen selten gegeben sind. Für deutsche Touristen wird damit eher das bekannte Vorurteil bestätigt, dass es in Norwegen meistens kühl und regnerisch ist.

Bei folgendem Beispiel handelt es sich um eine Kombination von missverstandenen konnotativen Werten (siehe Kapitel 5.4 ) und einem Verstoß gegen Textsortenkonventionen:

*No: Fjellets storslätte mangfoldighet. Lukten av mose. Eimen fra fjæra*

*De: Die großartige Vielfalt des Gebirges. Duftendes Moos. Modriger Schlickgeruch bei Ebbe*<sup>132</sup>

---

<sup>131</sup> Vgl.: -på solsiden av Oslofjorden 2004, S.16

<sup>132</sup> Vgl.: Visit Lister, S.10

Das norwegische Wort *eim* bedeutet *mit Geruch verbundenen Dunst*. Es kann sowohl negativ (*eim fra kjøkken*) als auch positiv (*eim fra vår*) oder auch neutral verwendet werden<sup>133</sup>. Da es sich bei diesem Beispiel um einen Auszug aus einem Werbeprospekt handelt, ist aufgrund der Textkonvention klar, dass es sich um eine positive oder neutrale Konnotation handeln muss. Eine entsprechende Übersetzung mit *Geruch bei Ebbe* wäre angemessen gewesen. Der Übersetzer hat sich jedoch beim Übersetzen für die negative Konnotation entschieden, die durch das Einfügen des Attributs *modriger* sowie das Kompositum *Schlickgeruch* deutlich wird. Der Fehler bei der Wortwahl wäre ihm nicht unterlaufen, wenn er die Textsortenkonvention für Werbetexte, die positive Beschreibungen verlangt, nicht ignoriert hätte. Ein Tourist, der vom *modrigem Schlickgeruch bei Ebbe* liest, wird wohl kaum den Wunsch verspüren, einen Ort, an dem es so riecht, besuchen zu wollen.

Eine Kombination aus Kulturem und mehrdeutigem syntaktischem Bezug liegt in folgendem Beispiel vor:

*No: Og så ein „veg“ i dette mangfaldet av vegar, er Telemarkskanalen, ein vassveg med turistbåt mellom Skien og Dalen i Telemark. Så å seia fra fjord til fjell.*

*I Magasinet Haukelivegen vil me ta deg med på en tur langs Haukelivegen, der du kan oppleve kva denne landsdelen har å by på.*

*De: Und eine „Straße“ ist natürlich auch der Telemark-Kanal, auf dem zwischen Skien und Dalen im Bezirk Telemark Ausflugsschiffe verkehren, die auf diese Weise Fjord und Fjell miteinander verbinden.*

*Im Tourismus-Magazin „Haukelivegen“ möchten wir Sie näher mit dieser zentralen Verkehrsader bekannt machen und Ihnen das vielfältige Angebot in diesem Teil Norwegens vorstellen.*<sup>134</sup>

In der norwegischen Fassung ist es klar, dass es im Magazin *Haukelivegen* um die Landschaft und Sehenswürdigkeiten entlang der Straße *Haukelivegen* geht, auch wenn es im vorhergehenden Abschnitt um den *Telemarkskanalen* geht. Das liegt zum einen daran, dass *Haukelivegen* in Norwegen eine bekannte Straße ist, zum anderen liegt es daran, dass der Name *Haukelivegen* in der Präpositionalphrase *på en tur langs Haukelivegen* explizit erwähnt wird. In der deutschen Übersetzung wird der Name *Haukelivegen* ohne erklären-

<sup>133</sup> Vgl.: Norsk Illustrert Ordbok 1993

<sup>134</sup> Vgl.: Haukelivegen 2004, S.3



den Zusatz übernommen. Für den deutschen Leser wird dadurch nicht deutlich, dass es sich um eine Straße handelt. Zudem wird der Name in der Präpositionalphrase nicht explizit wieder aufgenommen, sondern mit *mit dieser zentralen Verkehrsader* übersetzt. Da im vorherigen Abschnitt der *Telemark-Kanal* als „Straße“ (also Wasserweg) beschrieben wird, entsteht beim Leser der Eindruck, dass sich das Demonstrativpronomen *dieser* auf den Kanal bezieht. Es wird somit vermittelt, dass es in dem Magazin um die Landschaft und die Sehenswürdigkeiten entlang des Kanals geht. Für Touristen kann dadurch der Eindruck entstehen, dass man diese Gegend nur auf dem Kanal vom Boot oder Schiff aus erkunden kann. Auto-Touristen werden dadurch wohl nicht angelockt.

## 9. Fehlerstatistik

### 9.1. Gesamtanzahl der Fehler

Bei der Untersuchung der Broschüren wurde eine Gesamtfehlerzahl von 2263, einschließlich Wiederholungen, ermittelt. Es gibt Broschüren ohne Fehler, und es gibt Broschüren mit bis zu 172 Fehlern. Da die Broschüren aber unterschiedliche Formate und Seitenanzahlen haben, eine unterschiedliche Anzahl von Sprachen umfassen sowie einen unterschiedlich hohen Anteil an Bildern, Graphiken etc. aufweisen, sagt allein die Tatsache, wie viele Fehler die einzelnen Broschüren aufweisen, nichts aus. Zwei Fehler in einer zweiseitigen Broschüre, die drei Sprachen umfasst und viele Bilder enthält, fallen zweifelsohne mehr ins Gewicht als zehn Fehler in einer 150-seitigen Broschüre, die lediglich eine Sprache umfasst und keine Bilder enthält. Die Fehlerzahl musste also zunächst ins Verhältnis zum deutschen Textanteil der Broschüren gesetzt werden, um ein differenzierteres Ergebnis zu erhalten. Da die Formate der Broschüren unterschiedlich sind, wurden die Seitenzahlen, wie in Kapitel 6.3 beschrieben, auf A4 Format hochgerechnet.

Um die Fehlerquote pro Seite zu berechnen, wurden die Fehler durch die hochgerechnete Anzahl der Seiten des deutschen Textes geteilt. Das detaillierte Gesamtergebnis zeigt Tabelle II im Anhang. Eine Übersicht über die Verteilung der Fehlerquoten auf die Broschüren zeigt Tabelle 7:

Tabelle 7 Verteilung der Fehlerquoten:

Fehlerquote	0	0,1-2	2,1-4	4,1-6	6,1-10	10,1-15	15,1-24
Anzahl Broschüren	20 (15,9%)	29 (23,0%)	40 (31,7%)	17 (13,5%)	11 (8,7%)	5 (4,0%)	4 (3,2%)

(Die Prozentwerte sind auf eine Kommastelle gerundet)

Die Tabelle zeigt, dass von den 126 Broschüren 20 Broschüren (15,9%) ohne Fehler sind. Der größte Anteil der Broschüren (69 Stück = 54,7%) weist Fehlerquoten zwischen 0,1 und 4 pro Seite auf. 28 Broschüren (22,2%) haben eine Fehlerquote zwischen 4,1 und 10 pro Seite, und bei neun Broschüren (7,2%) liegt die Fehlerquote zwischen 10,1 und 24 pro Seite. Insgesamt haben 29,4%, also fast ein Drittel der Broschüren eine Fehlerquote, die höher als 4,0 ist.

## 9.2. Verteilung der Fehlertypen

Bei der Verteilung der Fehlertypen lässt sich feststellen, dass insgesamt 944 Fehler im textexternen Bereich und 1319 Fehler im textinternen Bereich gemacht wurden. Eine genauere Aufschlüsselung nach Fehlertypen zeigen die Tabellen 8 und 9:

Tabelle 8, Fehler im textexternen Bereich:

Fehler im textexternen Bereich							
Kultureme						Political Correctness	Austriazismen/ Helvetizismen/ sonst. Dialekte
Personen- namen	Orts-und Regions- namen	Speisen etc.	Institutionen	Abkürzungen	Sonstiges		
70 (3,1%)	366 (16,2%)	59 (2,6%)	110 (4,9%)	34 (1,5%)	288 (12,7%)	6 (0,3%)	11 (0,5%)

(Die Prozentwerte sind auf eine Kommastelle gerundet)

Aus der Tabelle ist ersichtlich, dass der Fehleranteil im Bereich der *Political Correctness* und Dialekte mit insgesamt 17 Fehlern relativ gering ist. Demgegenüber steht die Summe von 927 Fehlern im Bereich der *Kultureme*. Hier wiederum haben die Kategorien *Orts- und Regionsnamen* (366 Fehler) und *Sonstiges* (288 Fehler) den höchsten Anteil.

Tabelle 9, Fehler im textinternen Bereich:

Fehler im textinternen Bereich							
Orthographie	Morphologie	Syntax	Lexik			Metaphern/ Bilder	Mischformen
			Wörter/ Phrasen	Falsche Freunde	Divergenz		
10 (0,4%)	39 (1,7%)	18 (0,8%)	862 (38,1%)	229 (10,1%)	34 (1,5%)	16 (0,7%)	111 (4,9%)

(Die Prozentwerte sind auf eine Kommastelle gerundet)

Hier wurden die meisten Fehler im Bereich der Lexik gefunden (1125 Fehler). Den größten Anteil hat dort die Kategorie *Wörter / Phrasen* (862 Fehler). Außerhalb der Lexik hat die Kategorie der *Mischformen* mit 111 Fehlern einen recht hohen Anteil.

Die Häufigkeit der einzelnen Fehlerkategorien im Gesamtkorpus sagt jedoch nichts über ihr Vorkommen in den einzelnen Broschüren aus. Daher wurde auch untersucht, in wie vielen Broschüren die einzelnen Fehlertypen gefunden wurden. Eine Übersicht darüber geben die Tabellen 10 und 11:

Tabelle 10, Verteilung der textexternen Fehler auf die Broschüren:

	Fehler im textexternen Bereich							
	Kultureme						Political Correctness	Austria- zismen/ Helveti- zismen sonst. Dialekte
	Personen- namen	Orts-, Regi- ons- namen etc.	Speisen etc.	Institu- tionen	Ab- kürzungen	Sonstiges		
Anzahl Broschüren	19	50	20	26	18	57	4	6

Die Anzahl der Broschüren, die Fehler im Bereich der *Political Correctness* und der *Austriazismen / Helvetizismen / sonstige Dialekte* aufweisen, ist mit 4 bzw. 6 Stück relativ gering. Dies deckt sich mit den Werten aus Tabelle 8. Auch die Werte für die *Personen-namen*, *Institutionen*, *Speisen / Getränke* und *Abkürzungen* decken sich in etwa mit den

Werten aus Tabelle 8. Bei den Kategorien *Orts-, Regionsnamen etc.* und *Sonstiges* lässt sich jedoch ein Unterschied gegenüber Tabelle 8 feststellen: Obwohl die Gesamtanzahl der Fehler in der Kategorie *Orts-, Regionsnamen etc.* am größten ist, sind diese Fehler in weniger Broschüren zu finden als die Fehler der Kategorie *Sonstiges*. Von den Fehlern im textexternen Bereich haben also die Fehler aus der Kategorie *Sonstiges* im Korpus die größte Streuung, gefolgt von Fehlern im Bereich *Orts-, Regionsnamen etc.*

Tabelle 11, Verteilung der textinternen Fehler auf die Broschüren:

	Fehler im textinternen Bereich							
	Ortho- graphie	Morpho- logie	Syntax	Lexik			Metaphern/ Bilder	Misch- formen
				Wörter/ Phrasen	Falsche Freunde	Divergenz		
Anzahl Broschüren	8	25	12	91	49	25	12	43

Die Werte dieser Tabelle decken sich mit denen der Tabelle 9 und zeigen, dass die Kategorien mit der höchsten Fehleranzahl (*Wörter / Phrasen, Falsche Freunde, Mischformen*) im Korpus auch die größte Streuung haben.

### 9.3. Fehlerhäufigkeit im Verhältnis zum Sprachenumfang

Wie die Fehlerhäufigkeit im Verhältnis zum Sprachenumfang der Broschüren (siehe Kap. 6.3) aussieht, zeigt Tabelle 12:

Tabelle 12

Sprachen pro Heft	1	2	3	4	5	6	8
Anzahl- mäßiger Anteil am Korpus	47	4	61	10	1	1	2
Summe Feh- ler	1538	152	464	101	0	0	8
Fehlerquote	2,7	5,3	3,0	7,5	0	0	12,3

Die höchste Fehlerquote mit 12,3 weisen demnach die 8-sprachigen Broschüren auf, die niedrigste Quote mit 0 ist in den 5- und 6-sprachigen Broschüren zu finden.

#### **9.4. Fehlerhäufigkeit im Verhältnis zum Thema**

Über die Fehlerhäufigkeit in Bezug auf die unterschiedlichen Themenbereiche der Broschüren (siehe Kap. 6.3) gibt Tabelle 13 Aufschluss:

Tabelle 13

Thema	Orte	Kommunen	Regionen	Transport	Aktivitäten/ Attraktionen	Unterkunft
Anzahl- mäßiger Anteil am Korpus	13	9	48	6	42	8
Summe Fehler	373	167	1564	30	86	43
Fehler- quote	3,7	3,9	2,7	4,2	2,7	3,2

Die Fehlerquoten liegen hier mit Werten zwischen 2,7 und 4,2 recht eng beieinander, wobei die Rubriken *Regionen* und *Aktivitäten / Attraktionen* den geringsten Wert und die Rubrik *Transport* den höchsten Wert aufweisen.

#### **9.5. Wiederkehrende Fehler**

Bei der Untersuchung des Korpusmaterials war festzustellen, dass es elf für die Textsorte Reisebroschüren typische Wörter oder Phrasen gibt, die in mehreren Broschüren falsch übersetzt sind. Eine Übersicht darüber gibt Tabelle 14:

Tabelle 14 (aus Platzgründen zweigeteilt)

Wort / Phrase	Fjell > Fjell	Middag > Mittag- essen	unik, særpreget > eigenartig	Husfliden > Heimatwerk/ Heimarbeit/ Heimindustrie	XX00-tallet > XX. Jahrhundert
Anzahl der Broschüren	14 (11%)	14 (11%)	13 (10%)	11 (9%)	10 (8%)

Wort / Phrase	partitive Nominal- konstruktion > definite Nominalphrase	Brygge > Brücke	Butikk > Boutique	innerst i Fjorden > am Fuße des Fjordes	Vidda > Vidda	rappellere > rappellieren
Anzahl der Broschüren	9 (7%)	9 (7%)	6 (5%)	5 (4%)	4 (3%)	4 (3%)

Prozentwerte gerundet

Das norwegische Wort *Fjell* (*Gebirge / Berg*) wurde in 11% der Broschüren mit dem im Deutschen ungebräuchlichen Wort *Fjell* übersetzt, und in ebenfalls 11% der Broschüren wurde das norwegische Wort *middag* (*warmes Abendessen*) mit *Mittagessen* übersetzt. Die Wörter *unik*, *særpreget* (*einzigartig*, *besonders*) wurden in 10% der Broschüren mit *eigenartig* übersetzt, und das norwegische Wort *Husfliden* (*Handarbeit und Kunsthandwerk*) wurde mit dem im Deutschen ungebräuchlichen Helvetizismus / Austriazismus *Heimatwerk* oder den missverständlichen Wörtern *Heimarbeit / Heimindustrie* übersetzt. In 8% der Broschüren wird nicht berücksichtigt, dass es im Norwegischen einen Unterschied zwischen *århundretallet* und *århundret* gibt, und dementsprechend werden Zeitangaben wie z.B. *1400-tallet* (*15. Jh.*) im Deutschen falsch als *14. Jh.* geschrieben. 7% der Broschüren weisen eine falsche Übersetzung von partitiven Nominalkonstruktionen, die einen Superlativ enthalten, durch definite Nominalphrasen auf, so dass z.B. *einer der größten* zu *der Größte* wird, und in ebenfalls 7% kommt eine fehlerhafte Übersetzung des norwegischen Wortes *Brygge* (*Anleger / Kai*) mit dem deutschen Wort *Brücke* vor. In 6% der Broschüren wurde das Wort *Butikk* (*Laden / Geschäft*) mit dem deutschen Wort *Boutique* übersetzt, und die Phrase *innerst i fjorden* wurde in 4% der Broschüren mit der unverständlichen und im Deutschen nicht gebräuchlichen Metapher *am Fuße des Fjordes* übersetzt. Das Wort *Vidda* (*Hochebene*) wurde in 3% der Broschüren mit dem im

Deutschen ungebräuchlichen Wort *Vidda* übersetzt, und ebenfalls in 3% der Broschüren wurde das Wort *rappellere* (*abseilen*) mit dem im Deutschen unbekannten Wort *rappellieren* übersetzt.

## 10. Bewertung der Ergebnisse

Die Untersuchung zeigt, dass es in Touristenbroschüren eine beträchtliche Anzahl von kommunikationsstörenden Fehlern gibt. Wie aus den Ergebnissen in Kapitel 6.9.1 ersichtlich ist, ist auszuschließen, dass sich die Gesamtanzahl der 2263 Fehler nur auf einen geringen Teil der Broschüren verteilt, während der mehrheitliche Rest keine oder nur wenige Fehler aufweist. Von den 126 Broschüren des Korpus weisen 106 Broschüren (84,1%) solche Fehler auf. Insgesamt 77 Broschüren (61,1%), also mehr als die Hälfte, haben eine Fehlerquote, die höher ist als 2,0. Bei 37 Broschüren (29,4%) liegt die Fehlerquote sogar höher als 4,0. Das bedeutet, dass über die Hälfte der Broschüren mehr als zwei und fast ein Drittel der Broschüren mehr als vier kommunikationsstörende Fehler pro A4-Seite aufweist. Dadurch wird meines Erachtens der Informationswert und die Übermittlung der Werbebotschaft dieser Broschüren erheblich eingeschränkt.

Die Fehler liegen vor allem im Bereich der Lexik (49,7% der Fehler) und der Kultureme (41,0% der Fehler). Beide Bereiche weisen also mit insgesamt 90,7% den größten Anteil der Fehler auf und finden sich in fast allen der fehlerhaften Broschüren. Dass die Kultureme einen hohen Anteil an der Fehleranzahl haben, ist meiner Meinung nach aufgrund der Textsorte Reisebroschüren, die ja auch einen hohen Anteil von Kulturemen aufweisen, nicht sehr überraschend. Das Ergebnis zeigt, dass die Problematik des Umgangs mit Kulturemen vielen der Übersetzer offenbar nicht recht bewusst ist. Die Kultureme werden meist entweder unkommentiert übernommen oder so übersetzt, dass die Leser dann während ihres Urlaubs keinen Bezug zu dem norwegischen Wort herstellen können und es dann auf Hinweistafeln etc. nicht als den deutschen Begriff erkennen. Denn wer z.B. nach einem *Bürgerbüro* sucht, wird einem Hinweisschild zum *Servicetorg* keine Beachtung schenken.

Der hohe Anteil der lexikalischen Fehler zeugt m.E. von mangelnder Übersetzerischer Qualität der Broschüren. Es zeigt, dass viele der Übersetzer entweder die Ausgangssprache oder die Zielsprache nicht gut genug beherrschen, um eine einwandfreie Übersetzung zu gewährleisten. Wie im Kapitel 5.4.2 bereits beschrieben, erfordert das Übersetzen von Touristenbroschüren aufgrund der unterschiedlichen Themen ein umfangreiches Allgemeinwissen und somit einen breit gefächerten Wortschatz sowie einen professionellen Umgang mit Wörterbüchern und anderen Nachschlagewerken. Da die Berufsbezeichnung Übersetzer nicht gesetzlich geschützt ist<sup>135</sup>, gibt es etliche Übersetzer, die keine entsprechende Ausbildung haben und somit nicht über die genannten Voraussetzungen verfügen. Sicher gibt es, wie bereits im Kapitel 5.4.1 beschrieben, für den Übersetzer Situationen, in denen er aufgrund von zu knapp bemessenen Lieferterminen oder bestimmten Layout-Vorgaben einem Qualitätsanspruch gar nicht gerecht werden kann, jedoch wage ich zu bezweifeln, dass dies auf alle Broschüren des Korpus zutrifft.

Dass der Anteil an Grammatikfehlern in der vorliegenden Untersuchung gering ist, liegt daran, dass nur die kommunikationsstörenden Fehler berücksichtigt wurden. Dass grammatische Fehler nicht zwingend kommunikationsstörend sein müssen, auch wenn sie gehäuft auftreten, mag folgendes Beispiel verdeutlichen:

*No: Middelalderfestivalen arrangeres 12. og 13 juni 2004 på Domkirkeodden. Gjøgling, skuespill, dans og musikk, gapestokk, riddere til hest og Bispehirden i middelalderkamp, gregoriansk sang i Hamardomen, grilling og salg av middelaldermat, ølstue, dyr og leker for barna. Stort middelaldermarked. Velkommen til familiedag med middelalderstemning på Domkirkeodden*

*De: Der grosse Mittelalterfestival wird am 13. – 15. juni im Museum arrangiert. Gaukeleine, Schauspiele, Tanz und Musik. Grosses Markt am Sonntag mit Verkauf von Gegenstände. Essen und Trinken nach mittelalterlichen Tradition. Gregorianisches Gesang im Hamardom. Spiele für Kinder und ein kleines Tiergarten. Mit oder ohne mittelalterliches Kostüme, die ganze Familie ist herzlich willkommen*<sup>136</sup>

---

<sup>135</sup> Vgl.: Wilss 1998, S.24

<sup>136</sup> Vg.: Hedmarksmuseet 2004, S.8



Hier weist die deutsche Übersetzung gleich eine ganze Reihe an Grammatik- und Rechtschreibfehlern auf, jedoch ist der Inhalt trotzdem verständlich und wird durch die Fehler nicht verfälscht.

Was die Fehlerhäufigkeit in Bezug auf den Sprachenumfang betrifft, so ist diese zwar mit einer Fehlerquote von 12,3 in den achtsprachigen Broschüren am höchsten, jedoch lässt sich nicht generell daraus schließen, dass achtsprachige Broschüren besonders viele Fehler aufweisen, denn das Korpus enthält lediglich zwei dieser Broschüren, und somit kann dieses Teilergebnis nicht als repräsentativ bezeichnet werden. Ebenso wenig ist das Ergebnis für die fünf- und sechssprachigen Broschüren repräsentativ, da diese mit nur je einem Exemplar im Korpus vertreten sind. Lediglich die ein- und dreisprachigen Broschüren können meiner Meinung nach aufgrund ihres relativ hohen zahlenmäßigen Anteils am Korpus als repräsentativ eingeschätzt werden. Hier zeichnet sich jedoch nicht ab, dass der Sprachenumfang Einfluss auf die Fehlerquote hat, da beide Quoten mit 2,7 bzw. 3,0 relativ ähnlich sind.

Bei der Fehlerhäufigkeit in Bezug auf die Themen der Broschüren lässt sich kein signifikanter Unterschied feststellen: Die Fehlerquoten liegen mit Werten zwischen 2,7 und 4,2 recht dicht beieinander. Die Broschüren mit den Themen Regionen und Aktivitäten / Attraktionen weisen mit einer Fehlerquote von jeweils 2,7 die niedrigsten Werte auf. Aufgrund ihres zahlenmäßig hohen Anteils am Korpus (48 bzw. 42 Broschüren) können diese Ergebnisse meines Erachtens als repräsentativ eingeschätzt werden. Die höchste Quote (4,2) haben die Broschüren mit dem Thema Transport, jedoch gibt es davon im Korpus nur sechs Stück, so dass das Ergebnis hier für Broschüren mit diesem Thema nicht unbedingt repräsentativ ist. Auch die Ergebnisse für die Themen Orte, Regionen und Unterkunft sind aufgrund ihres geringen Anteils am Korpus nicht unbedingt repräsentativ.

Bei den wiederkehrenden Fehlern gibt es insgesamt elf Wörter bzw. Phrasen, die in mehreren Broschüren falsch übersetzt wurden. Davon kehren sieben der Wörter bzw. Phrasen in über 5% der Broschüren wieder. Das ist m.E. ein recht hoher Wert. Insgesamt vier Wörter bzw. Phrasen kehren in 3-5 % der Broschüren fehlübersetzt wieder. Interessant scheint mir die Tatsache, dass es sich bei den wiederkehrenden Fehlern nicht nur um einzelne Wörter, sondern auch um Phrasen handelt. Besonders auffällig ist hierbei die norwegische

Phrase *innerst i fjorden*, die in 5 Broschüren (4%) mit *am Fuße des Fjordes* übersetzt wurde, einer unverständlichen Metapher, die es im Deutschen gar nicht gibt.

Ob die wiederkehrenden Fehler ein Zeichen dafür sind, dass bestimmte Wörter bzw. Phrasen für mehrere Übersetzer Problem darstellen, oder ob die wiederkehrenden Fehler eventuell auch dadurch begründet sein können, dass es sich bei den unterschiedlichen Broschüren, die diese Fehler aufweisen, jeweils um den die gleichen Übersetzer handelt, lässt sich nicht eindeutig feststellen. Wie Tabelle I im Anhang zu entnehmen ist, wurde nur in wenigen Broschüren des Korpus angegeben, wer für die Übersetzung verantwortlich ist. Eine Tendenz, dass bestimmte Wörter bzw. Phrasen ein Problem für mehrere Übersetzer darstellen, ist jedoch zu erkennen. Dies zeigt sich in Tabelle III im Anhang, aus der hervorgeht, dass die Broschüren, in denen der Übersetzer angegeben ist, trotz unterschiedlicher Übersetzer teilweise die gleichen Fehler aufweisen. Zudem klingt es m.E. unwahrscheinlich, dass über zehn Broschüren, die alle unterschiedliche Herausgeber haben und alle den gleichen Fehler aufweisen, den gleichen Übersetzer haben sollten.

## **11. Fazit**

Die vorliegende Arbeit zeigt, dass deutsche Übersetzungen norwegischer Reisebroschüren einen erheblichen Anteil an Fehlern beinhalten. Mehr als die Hälfte der Broschüren hat eine Fehlerquote, die höher ist als 2,0. Den größten Anteil an der Gesamtfehlerzahl bilden mit insgesamt 90,7% Fehler aus dem Bereich der Lexik (49,7% der Fehler) und der Kultur (41,0% der Fehler). Ob ein Zusammenhang zwischen Thema bzw. Sprachenumfang und Fehlerquote besteht, konnte nicht in allen Fällen festgestellt werden, da die ermittelten Werte aufgrund der Anzahl der Broschüren pro Thema bzw. Sprachenumfang in manchen Fällen nicht repräsentativ ist. In den Fällen mit repräsentativer Anzahl lässt sich jedoch kein Zusammenhang nachweisen. Die Untersuchung zeigt zudem, dass es in Touristenbroschüren nicht nur bestimmte Fehlertypen gibt, die häufig zu finden sind, sondern dass es auch ganz konkrete Wörter bzw. Phrasen gibt, die beim Übersetzen offenbar problematisch sind und oft zu Fehlern führen.

Die Ergebnisse können m.E. in der Übersetzer Ausbildung eingesetzt werden, indem die angehenden Übersetzer darauf aufmerksam gemacht werden, dass die genannten Bereiche

ein erhöhtes Fehlerrisiko bergen und ihnen für die konkreten Wörter und Phrasen, die oft falsch übersetzt werden, korrekte Übersetzungsvorschläge vermittelt werden.

Es sei hier noch einmal darauf hingewiesen, dass es sich bei den untersuchten Fehlern in der vorliegenden Arbeit um kommunikationsstörende Fehler handelt, also Fehler, die den Informationsgehalt oder die Werbebotschaft beeinträchtigen oder verfälschen. Das heißt, 84,1% der Broschüren übermitteln die Botschaft des Senders fehlerhaft. Nun lässt sich diskutieren, wo genau die Grenze für eine Fehlerquote liegt, die noch im Rahmen des Akzeptablen liegt. Meiner Meinung nach lässt sich diese Frage pauschal nicht beantworten, da es hierzu sicherlich unterschiedliche Auffassungen gibt. Letztlich wird es wohl nur der Auftraggeber der Übersetzung beurteilen können, ab welcher Fehlerquote eine Übersetzung seinem Qualitätsanspruch nicht mehr genügt. Ist der Qualitätsanspruch gering, wird er auch eine höhere Fehlerquote akzeptieren. Oft steht dies auch im Zusammenhang mit den finanziellen Mitteln, die man bereit ist, für eine Übersetzung auszugeben. Wer an der Übersetzung spart, kann keine hohe Qualität erwarten.

## **12 Ausblick**

Da sich die Untersuchung, die der vorliegenden Arbeit zugrunde liegt, auf die Übersetzung vom Norwegischen ins Deutsche bezieht, wäre es interessant zu erfahren, ob eine weitere Untersuchung mit anderen Sprachkombinationen zu ähnlichen Ergebnissen führen würde.

Auch wäre eine ähnliche Untersuchung bei anderen Textsorten interessant. Würden sich dabei die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit in Bezug auf Fehlertypen bestätigen, wäre dies ein Argument dafür, im Fremdsprachenunterricht für Anfänger verstärkt am Aufbau eines umfangreichen Wortschatzes zu arbeiten anstatt die Grammatik zu perfektionieren, da dies den Fremdsprachenlernern bei der Kommunikation in der Fremdsprache zugute käme.

Fachübergreifend könnte zudem untersucht werden, ob und inwiefern sich kommunikationsstörende Übersetzungsfehler in Touristenbroschüren negativ auf die Tourismusbranche auswirken. Ferner können die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit auch bei der

Ausbildung zu Berufen in der Tourismusbranche im Unterricht thematisiert werden, um die angehenden Mitarbeiter in den Touristinformationen, Hotels etc. darauf aufmerksam zu machen, wie durch Fehler in der Übersetzung nicht nur der Inhalt, sondern auch die Werbebotschaft beeinträchtigt werden kann.

## 13 Literaturverzeichnis

Duden (2004), „Deutsches Universalwörterbuch“. Dudenverlag, Mannheim / Leipzig / Wien / Zürich

Duden (2005), „Die Grammatik“. Dudenverlag, Mannheim / Leipzig / Wien / Zürich

Fabricius-Hansen, C. (1981), „Contraster og Fejl: indføring i kontrastiv beskrivelse og elevsprogsanalyse på norsk-tysk grundlag“. Universitetet i Oslo, Germanistisk Institutt, Oslo

Guttu, T. (1993) „Norsk Illustrert Ordbok“. Kunnskapsforlaget, Oslo

Hansen, G. (2001): „Einführung in das Übersetzen“. Handelshøiskolens forlag, Kopenhagen

Henriksen P.E., Berg, T. (2005) „Aschehoug & Gyldendals store norske leksikon“, Kunnskapsforlaget, Oslo

Hustad, Tom „Stor Norsk – Tysk ordbok“ (1999), Universitetsforlaget, Oslo

Kolde, G. (1980): „Auswirkungen sprachlicher Fehler“. In: Cherubim, D. (Hg.): Fehlerlinguistik. Max Niemeyer Verlag, Tübingen, S.172-187

Koller, W. (2004) „Einführung in die Übersetzungswissenschaft“. Quelle & Meyer, Wiebelsheim

Neumann, S. (2003): „Textsorten und Übersetzen : eine Korpusanalyse englischer und deutscher Reiseführer“. P. Lang, Frankfurt am Main

Reiss, K. (1971): „Möglichkeiten und Grenzen der Übersetzungskritik : Kategorien und Kriterien für eine sachgerechte Beurteilung von Übersetzungen“. Max Hueber, München

Reiss, K. (1995): „Grundfragen der Übersetzungswissenschaft“. WUV-Universitätsverlag, Wien

Smith, V. (1998) „Werbetexte“. In: Snell-Hornby [et al.] (Hg.) Handbuch Translation. Stauffenburg, Tübingen, S. 238-242

Wilss, W. (1998) „Die Entwicklung der Sprachmittlerberufe im 20. Jahrhundert“. In: Snell-Hornby [et al.] (Hg.) Handbuch Translation. Stauffenburg, Tübingen, S.20-25

#### Internetquellen:

Homepage des Rammegård: <http://www.rammegaard.no> . Ausgedruckt am 04.12.2008

„Vom Höker zum Krämer“, Artikel von ”mj”aus dem Hamburger Abendblatt vom 25.06.2002. <http://www.abendblatt.de/daten/2002/06/25/39643.html> . Ausgedruckt am 15.01.2009

## 14 Anhang

### 14.1 Tabelle I

#### Übersicht über das Korpus

Nr.	Titel	Format	Sprachen	Thema	Anzahl der Seiten	Seitenanzahl hochgerechnet	Bildanteil	Seiten abzgl. Bilder	Seiten pro Sprache	Übersetzer	Jahr
1	- på solsiden av Oslofjorden	Heft A 5	2	Region	63	31,5	30 %	22,1	11,0	4 (Büro)*	2004
2	Adventures Sørlandet og Setesdal	Folder	3	Aktivität /Attraktion	4	4,0	60 %	1,6	0,5	o.A.**	o.A.**
3	Alta Museum	Heft A 6	3	Aktivität /Attraktion	10	2,5	30 %	1,8	0,6	o.A.**	2004
4	Arktisk Menu	Heft A 6	3	Aktivität /Attraktion	59	14,8	20 %	11,8	3,9	2*	2003
5	Averøy	Heft A 6	3	Kommune	47	11,8	30 %	8,2	2,7	o.A.**	2004
6	Bergen Aquarium	Folder	3	Aktivität /Attraktion	4	4,0	60 %	1,6	0,5	o.A.**	o.A.**
7	Bergen Guide	Heft A 6	1	Ort	111	27,8	50 %	13,9	13,9	o.A.**	2004
8	Bodø Guide	Heft A 6	1	Ort	72	18,0	15 %	15,3	15,3	2*	2003
9	Borgar Sysse Museum	Heft A 6	3	Aktivität /Attraktion	24	6,0	50 %	3,0	1,0	o.A.**	2003
10	Breidablikk Gjestehus, Narvik	Folder	3	Unterkunft	2	2,0	70 %	0,6	0,2	o.A.**	o.A.**
11	Bömlö - eine Insel - tausend Perlen	Heft A 4	1	Region	15	15,0	30 %	10,5	10,5	o.A.**	o.A.**
12	Camping	Heft A 4	3	Region	87	87,0	15 %	74,0	24,7	o.A.**	2004
13	Dalen Tokke Kommune	Heft A 4	1	Kommune	10	10,0	60 %	4,0	4,0	o.A.**	o.A.**
14	De blå fjella	Heft A 5	3	Region	10	5,0	30 %	3,5	1,2	o.A.**	o.A.**
15	Die Gemeinde Sør-Varanger	Heft A 4	1	Kommune	4	4,0	0 %	4,0	4,0	o.A.**	o.A.**

Nr.	Titel	Format	Sprachen	Thema	Anzahl der Seiten	Seitenanzahl hochgerechnet	Bildanteil	Seiten abzgl. Bilder	Seiten pro Sprache	Übersetzer	Jahr
16	Die Inselwelt der Lofoten - kristallklar	Folder	1	Aktivität /Attraktion	2	2,0	50 %	1,0	1,0	o.A.**	o.A.**
17	Dovre	Folder	4	Region	4	4,0	70 %	1,2	0,3	o.A.**	o.A.**
18	Dovre Moskusens rike	Heft A 4	3	Region	6	6,0	70 %	1,8	0,6	o.A.**	o.A.**
19	Dovrefjell Bjorli - Lesja	Heft A 4	4	Region	4	4,0	70 %	1,2	0,3	o.A.**	o.A.**
20	Eisbärenclub Hammerfest	Folder	3	Aktivität /Attraktion	2	2,0	10 %	1,8	0,6	o.A.**	o.A.**
21	Elverum	Heft A 6	1	Ort	24	6,0	50 %	3,0	3,0	o.A.**	2004
22	Festung Akershus	Heft A 6	3	Aktivität /Attraktion	16	4,0	50 %	2,0	0,7	o.A.**	o.A.**
23	Finnmark Urlaub 2004	Heft A 4	1	Region	79	79,0	10 %	71,1	71,1	1*	2004
24	Flakstad & Moskenes Guide	Heft A 5	3	Region	68	34,0	15 %	28,9	9,6	7*	2003
25	Flåmsbana	Folder	8	Aktivität /Attraktion	8	8,0	60 %	3,2	0,4	o.A.**	o.A.**
26	Fredrikstad / Festung	Folder	1	Aktivität /Attraktion	2,5	2,5	50 %	1,3	1,3	o.A.**	o.A.**
27	Fredrikstad Museum	Heft A 6	3	Aktivität /Attraktion	10	2,5	10 %	2,3	0,8	o.A.**	2003
28	Geirangerfjord Trollstigen	Heft A 6	1	Region	48	12,0	40 %	7,2	7,2	o.A.**	2003
29	Gjøvik Olympiske Fjellhall	Folder	1	Aktivität /Attraktion	2	2,0	50 %	1,0	1,0	o.A.**	o.A.**
30	Grand Royal Hotel Narvik	Folder	3	Unterkunft	2	2,0	50 %	1,0	0,3	o.A.**	o.A.**
31	Hadeland Glasswerk	Folder	1	Aktivität /Attraktion	2,5	2,5	50 %	1,3	1,3	o.A.**	o.A.**
32	Hamar regionen	Heft A 6	1	Region	63	15,8	30 %	11,0	11,0	o.A.**	2004
33	Hammerfest	Heft A 5	3	Kommune	47	23,5	50 %	11,8	3,9	o.A.**	o.A.**
34	Hardanger	Heft A 6	1	Region	93	23,3	30 %	16,3	16,3	o.A.**	2004
35	Haugalandet, Haugesund	Heft A 6	1	Region	97	24,3	50 %	12,1	12,1	o.A.**	2004
36	Haukelivegen	Heft A 4	3	Region	47	47,0	30 %	32,9	11,0	o.A.**	2004



Nr.	Titel	Format	Sprachen	Thema	Anzahl der Seiten	Seitenanzahl hochgerechnet	Bildanteil	Seiten abzgl. Bilder	Seiten pro Sprache	Übersetzer	Jahr
37	Hedmarksmuseet og Domkirkeodden	Heft A 6	3	Aktivität /Attraktion	20	5,0	60 %	2,0	0,7	o.A.**	o.A.**
38	Holmenkollen	Folder	3	Aktivität /Attraktion	2	2,0	40 %	1,2	0,4	o.A.**	o.A.**
39	Holmenkollen Park Hotel Rica	Folder	3	Unterkunft	2	2,0	70 %	0,6	0,2	o.A.**	o.A.**
40	Hurtigrutemuseum	Folder	5	Aktivität /Attraktion	2	2,0	50 %	1,0	0,2	o.A.**	o.A.**
41	Hurtigruten die schönste Seereise der Welt	Heft A 4	1	Unterkunft	27	27,0	60 %	10,8	10,8	o.A.**	o.A.**
42	Hurtigruten utflykter excursions ausflüge excursions	Heft A 5	4	Transport	35	17,5	20 %	14,0	3,5	o.A.**	o.A.**
43	Hurtigruten, Beautiful, Schön, Vakkert	Folder	3	Transport	1,5	1,5	50 %	0,8	0,3	o.A.**	o.A.**
44	I Vinje	Heft A 6	1	Unterkunft	6	1,5	50 %	0,8	0,8	o.A.**	o.A.**
45	Jakt, Fiske og Ferie	Folder	3	Aktivität /Attraktion	2	2,0	50 %	1,0	0,3	o.A.**	o.A.**
46	Kjerringøy	Folder	4	Ort	4	4,0	50 %	2,0	0,5	o.A.**	o.A.**
47	Kongevegen	Folder	3	Region	1	1,0	30 %	0,7	0,2	o.A.**	o.A.**
48	Kon-Tiki	Folder	3	Aktivität /Attraktion	2	2,0	50 %	1,0	0,3	o.A.**	o.A.**
49	Kristiansand	Heft A 6	3	Kommune	147	36,8	15 %	31,2	10,4	o.A.**	o.A.**
50	Kunst mit ewigem Leben	Folder	1	Aktivität /Attraktion	2	2,0	30 %	1,4	1,4	o.A.**	o.A.**
51	Kystens varehus	Folder	4	Aktivität /Attraktion	2	2,0	70 %	0,6	0,2	o.A.**	o.A.**
52	Kystriksveien	Heft A 7	1	Region	129	21,5	50 %	10,8	10,8	8*	2004
53	Larvik	Heft A 4	1	Region	51	51,0	30 %	35,7	35,7	o.A.**	2004
54	Larvik - Øvre Eiker – Kongsberg Numedal - Rjukan	Heft A 4	3	Region	15	15,0	30 %	10,5	3,5	o.A.**	o.A.**

Nr.	Titel	Format	Sprachen	Thema	Anzahl der Seiten	Seitenanzahl hochgerechnet	Bildanteil	Seiten abzgl. Bilder	Seiten pro Sprache	Übersetzer	Jahr
55	Lebendige Geschichte treffen Norwegisches Industriearbeiter Museum	Folder	1	Aktivität /Attraktion	4	4,0	80 %	0,8	0,8	o.A.**	o.A.**
56	Lofoten / Storvågen Kabelvåg	Folder	3	Ort	2	2,0	70 %	0,6	0,2	o.A.**	o.A.**
57	Lofoten Info-Guide 2004	Heft A 4	1	Region	43	43,0	30 %	30,1	30,1	2*	2004
58	Lofoten Krigsminnemuseum	Folder	3	Aktivität /Attraktion	2	2,0	70 %	0,6	0,2	o.A.**	o.A.**
59	Lysø Camping og Rorbu-utleie	Blatt	3	Unterkunft	2	2,0	30 %	1,4	0,5	o.A.**	o.A.**
60	Mjøfjell Ungdomsherberge	Folder	3	Unterkunft	2	2,0	50 %	1,0	0,3	o.A.**	o.A.**
61	Moss by- og industrimuseum	Heft A 6	3	Aktivität /Attraktion	10	2,5	60 %	1,0	0,3	o.A.**	o.A.**
62	MS Lofoten	Heft A 4	3	Transport	4	4,0	30 %	2,8	0,9	o.A.**	o.A.**
63	MS Nordkapp	Folder	1	Transport	2	2,0	50 %	1,0	1,0	o.A.**	o.A.**
64	MS Trollfjord	Folder	1	Transport	2	2,0	50 %	1,0	1,0	o.A.**	o.A.**
65	Museum i Tokke	Heft A 4	3	Aktivität /Attraktion	10	10,0	50 %	5,0	1,7	o.A.**	o.A.**
66	Møt-Meet-Treffen Sie Moby Dick	Heft A 4	3	Aktivität /Attraktion	4	4,0	50 %	2,0	0,7	o.A.**	o.A.**
67	Nasjonalparksenter Dovrefjell-Sunndalsfjella, Rondane	Heft A 4	3	Region	6	6,0	30 %	4,2	1,4	o.A.**	o.A.**
68	Nome - kanalkommune	Heft A 4	3	Kommune	3	3,0	20 %	2,4	0,8	o.A.**	o.A.**
69	Nordfjordguide	Heft A 6	1	Region	99	24,8	20 %	19,8	19,8	o.A.**	2004
70	Nordkapp info	Folder	3	Region	5	5,0	30 %	3,5	1,2	o.A.**	o.A.**
71	Nordland	Heft A 5,5	1	Region	51	34,0	15 %	28,9	28,9	2*	2004
72	Nordsjøvegen	Heft A 4	1	Region	55	55,0	30 %	38,5	38,5	o.A.**	2004
73	Norge Norway Norwegen Bygdeturisme – Gardsmat	Heft A 5	3	Region	71	35,5	20 %	28,4	9,5	o.A.**	2004

Nr.	Titel	Format	Sprachen	Thema	Anzahl der Seiten	Seitenanzahl hochgerechnet	Bildanteil	Seiten abzgl. Bilder	Seiten pro Sprache	Übersetzer	Jahr
74	northern wildlife safari, Andenes	Blatt	6	Aktivität /Attraktion	2	2,0	15 %	1,7	0,3	o.A.**	o.A.**
75	Norway in a Nutshell	Heft A 6	4	Aktivität /Attraktion	23	5,8	60 %	2,3	0,6	o.A.**	o.A.**
76	Norwegisches Bergwerksmuseum Kongsberg	Folder	3	Aktivität /Attraktion	2	2,0	70 %	0,6	0,2	o.A.**	o.A.**
77	Norwegisches Luftfahrtmuseum	Folder	1	Aktivität /Attraktion	4	4,0	60 %	1,6	1,6	o.A.**	o.A.**
78	Nusfjord	Folder	3	Ort	2	2,0	25 %	1,5	0,5	o.A.**	o.A.**
79	Oppdal	Heft A 6	1	Ort	39	9,8	50 %	4,9	4,9	9*	2003
80	Oslo Bymuseum	Heft A 6	4	Aktivität /Attraktion	14	3,5	50 %	1,8	0,4	o.A.**	2004
81	Oslo Guide	Heft A 6	1	Ort	98	24,5	30 %	17,2	17,2	3*	2005
82	Oslo Pakken	Folder	3	Aktivität /Attraktion	2	2,0	50 %	1,0	0,3	o.A.**	2004
83	Oslo Pass	Folder	3	Aktivität /Attraktion	1,5	1,5	20 %	1,2	0,4	o.A.**	2004
84	Oslo Sightseeing	Folder	8	Aktivität /Attraktion	4	4,0	50 %	2,0	0,3	o.A.**	2003
85	Polarsikellandet / Helgelandskysten	Folder	3	Region	8	8,0	60 %	3,2	1,1	o.A.**	o.A.**
86	Preikestolen	Folder	1	Region	2	2,0	70 %	0,6	0,6	o.A.**	2004
87	Reisemål Nordmøre	Heft A 4	3	Region	31	31,0	50 %	15,5	5,2	o.A.**	o.A.**
88	Ringve Museum	Heft A 6	3	Aktivität /Attraktion	10	2,5	50 %	1,3	0,4	o.A.**	2003
89	Ryfylke	Heft A 6	1	Region	76	19,0	30 %	13,3	13,3	2*	2004
90	Ryfylke wo die sagenhaften Fjorde beginnen	Heft A 4	1	Region	19	19,0	50 %	9,5	9,5	2*	2004
91	Ryfylkeøyane-Paradis	Heft A 4	3	Region	19	19,0	30 %	13,3	4,4	o.A.**	2003
92	Sandefjord	Heft A 5	3	Ort	51	25,5	30 %	17,9	6,0	10 (Büro)*	2004
93	Sandnes Guide	Heft A 6	1	Region	58	14,5	50 %	7,3	7,3	o.A.**	2004

Nr.	Titel	Format	Sprachen	Thema	Anzahl der Seiten	Seitenanzahl hochgerechnet	Bildanteil	Seiten abzgl. Bilder	Seiten pro Sprache	Übersetzer	Jahr
94	Sirdal Fjellstua	Folder	3	Unterkunft	1	1,0	50 %	0,5	0,2	o.A.**	o.A.**
95	Sommerguide Skeikampen og Gausdal	Heft A 5,5	3	Region	20	14,0	30 %	9,8	3,3	o.A.**	2004
96	Stavanger Guide	Heft A 5	1	Ort	63	31,5	30 %	22,1	22,1	o.A.**	2004
97	Sunnhordaland	Heft A 6	1	Region	56	14,0	30 %	9,8	9,8	o.A.**	2004
98	Svalbard	Heft A 4	1	Region	18	18,0	30 %	12,6	12,6	o.A.**	2003
99	Sverresborg	Heft A 6	4	Aktivität /Attraktion	14	3,5	60 %	1,4	0,4	o.A.**	2004
100	Sørlandet	Heft A 4	3	Region	39	39,0	30 %	27,3	9,1	o.A.**	2004
101	Sør-Varanger Museum Ausstellungen 2004	Folder	1	Aktivität /Attraktion	2	2,0	50 %	1,0	1,0	o.A.**	2004
102	Telemark	Heft A 4	1	Region	31	31,0	50 %	15,5	15,5	o.A.**	2004
103	Telemarkmuseum	Heft A 6	3	Aktivität /Attraktion	14	3,5	60 %	1,4	0,5	o.A.**	o.A.**
104	The Fjords	Heft A 6	1	Region	72	18,0	30 %	12,6	12,6	o.A.**	2004
105	Tingvoll	Heft A 6	3	Kommune	27	6,8	30 %	4,7	1,6	o.A.**	o.A.**
106	Tourist Magazine Sør/Øst-Norge	Heft A 4	1	Region	31	31,0	50 %	15,5	15,5	o.A.**	2004
107	Troms, Urlaubsguide 2004	Heft A 4	1	Region	39	39,0	50 %	19,5	19,5	o.A.**	2004
108	Tromsø Infoguide	Heft A 5	2	Region	96	48,0	50 %	24,0	12,0	o.A.**	2004
109	Tromsø Balsfjord, Karlsøy, Lyngen, Storfjord	Heft A 5,5	2	Region	23	16,0	70 %	4,8	2,4	o.A.**	o.A.**
110	Trondheim 2004	Heft A 6	1	Ort	69	17,3	30 %	12,1	12,1	6 (Büro)*	2004
111	Trøndelag	Heft A 4	1	Region	59	59,0	50 %	29,5	29,5	o.A.**	o.A.**
112	Turistruten Lysefjord	Folder	3	Transport	2	2,0	30 %	1,4	0,5	o.A.**	2004
113	Tønsberg Guide	Heft A 5	4	Kommune	95	47,5	40 %	28,5	7,1	5*	o.A.**
114	Universitetets Kulturhistoriske Museum	Folder	3	Aktivität /Attraktion	2	2,0	70 %	0,6	0,2	o.A.**	o.A.**
115	Valdres	Heft A 4	3	Region	21	21,0	60 %	8,4	2,8	o.A.**	o.A.**
116	Vandringer i Drøbak	Folder	1	Ort	4	4,0	30 %	2,8	2,8	o.A.**	2004
117	Velkommen til Gudbrandsdalen	Heft A 5	3	Region	107	53,5	40 %	32,1	10,7	o.A.**	2004

Nr.	Titel	Format	Sprachen	Thema	Anzahl der Seiten	Seitenanzahl hochgerechnet	Bildanteil	Seiten abzgl. Bilder	Seiten pro Sprache	Übersetzer	Jahr
118	Vestfold	Heft A 4	3	Region	27	27,0	50 %	13,5	4,5	11 (Büro)*	2004
119	Viking Ship Museum, Oslo	Folder	3	Aktivität /Attraktion	2	2,0	60 %	0,8	0,3	o.A.**	o.A.**
120	Vinjeguiden	Heft A 4	3	Kommune	39	39,0	40 %	23,4	7,8	o.A.**	2004
121	visitLister	Heft A 4	1	Region	15	15,0	70 %	4,5	4,5	o.A.**	o.A.**
122	Walsafari	Folder	1	Aktivität /Attraktion	1	1,0	20 %	0,8	0,8	o.A.**	2002
123	Wandern in Rauland, Haukeli und Vinje	Blätter	1	Aktivität /Attraktion	4	4,0	0 %	4,0	4,0	o.A.**	o.A.**
124	White Lady	Folder	4	Aktivität/Attraktion	2	2,0	60 %	0,8	0,2	o.A.**	o.A.**
125	www.hovden.com	Heft A 4	2	Region	14	14,0	50 %	7,0	3,5	o.A.**	2003/04
126	Øyene i havet	Folder	3	Aktivität /Attraktion	2	2,0	50 %	1,0	0,3	o.A.**	o.A.**
									<b>Summe</b>		
									769,3		
			<b>Durchschnitt</b>			<b>Durchschnitt</b>	<b>Durchschnitt</b>	<b>Durchschnitt</b>	<b>Durchschnitt</b>		
			2,4			15,7	44 %	9,2	6,1		

\* = Sofern Übersetzer oder Übersetzungsbüros angegeben waren, wurden diese von mir durch Zahlen anonymisiert

(gleiche Zahlen bedeuten gleiche Übersetzer bzw. gleiche Übersetzungsbüros)

o.A.\*\* = ohne Angabe des Übersetzers

## 14.2 Tabelle II

### Fehlerstatistik

Titel	Fehler im textexternen Bereich								Fehler im textinternen Bereich									Summe Fehler	Seiten pro Sprache	Fehler pro Seite*
	Kultureme						Political Correctness	Austriazismen	Orthographie	Morphologie Syntax	Lexik			Metaphern/ Bilder	Mischformen					
	Personen-namen	Orts-und Regions-namen	Speisen etc.	Insti-tutionen	Ab-kürzungen	Sonstiges					Wörter/ Phrasen	Falsche Freunde	Divergenz							
- på solsiden av Oslofjorden	6	11	2	0	0	2	3	0	0	1	3	78	8	2	0	10	126	11,0	11,4	
Adventures Sørlandet og Setesdal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,5	0	
Alta Museum	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,6	1,7	
Arktisk Menu	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	1	4	3,9	1,0	
Averøy	0	1	0	0	0	3	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	7	2,7	2,6	
Bergen Aquarium	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,5	0	
Bergen Guide	0	2	0	2	0	11	0	0	0	2	0	14	2	1	0	8	42	13,9	3,0	
Bodø Guide	0	4	1	0	1	5	0	0	0	0	0	15	2	0	0	4	32	15,3	2,1	
Borgar Syssel Museum	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	2	1,0	2,0	
Breidablikk Gjestehus, Narvik	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2	0,2	10,0	
Bömlö - eine Insel - tausend Perlen	0	0	0	7	0	2	0	0	0	0	0	5	2	0	0	5	21	10,5	2,0	
Camping	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	4	1	0	0	0	8	24,7	0,3	
Dalen Tokke Kommune	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	6	4,0	1,5	
De blå fjella	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	5	1	0	0	0	8	1,2	6,9	
Die Gemeinde Sør-Varanger	0	0	1	4	0	2	0	0	0	0	0	2	3	0	0	1	13	4,0	3,3	
Die Inselwelt der Lofoten - kristallklar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1,0	1,0	
Dovre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,3	0	

Titel	Fehler im textexternen Bereich								Fehler im textinternen Bereich										
	Kultureme						Political Correctness	Austriazismen	Orthographie	Morphologie	Syntax	Lexik			Metaphern/ Bilder	Mischformen	Summe Fehler	Seiten pro Sprache	Fehler pro Seite*
	Personen-namen	Orts-und Regions-namen	Speisen etc.	Insti-tutionen	Ab-kürzungen	Sonstiges						Wörter/ Phrasen	Falsche Freunde	Divergenz					
Dovre Moskusens rike	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	3	5	0,6	8,3
Dovrefjell Bjørli - Lesja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,3	0
Eisbärenclub Hammerfest	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2	0,6	3,3
Elverum	0	0	0	34	1	1	1	0	3	1	0	11	4	1	0	4	61	3,0	20,3
Festung Akershus	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	3	0	0	0	1	5	0,7	7,5
Finnmark Urlaub 2004	3	1	4	5	2	27	0	0	1	0	1	53	63	5	1	6	172	71,1	2,4
Flakstad & Moskenes Guide	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	15	2	0	0	1	20	9,6	2,1
Flåmsbana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2	0,4	5,0
Fredrikstad / Festung	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1,3	0,8
Fredrikstad Museum	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0,8	2,7
Geirangerfjord Trollstigen	0	0	1	0	0	2	0	0	0	0	0	6	5	0	0	0	14	7,2	1,9
Gjøvik Olympiske Fjellhall	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,0	0
Grand Royal Hotel Narvik	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0,3	3,0
Hadeland Glasswerk	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2	1,3	1,6
Hamar regionen	0	9	1	0	2	10	0	0	0	0	0	10	2	0	0	2	36	11,0	3,3
Hammerfest	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	6	0	0	0	3	11	3,9	2,8
Hardanger	11	22	6	2	0	9	0	1	0	1	0	29	9	1	1	3	95	16,3	5,8
Haugalandet, Haugesund	0	8	0	0	2	8	0	0	0	1	0	12	1	2	0	2	36	12,1	3,0
Haukelivegen	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15	1	0	0	1	18	11,0	1,6
Hedmarksmuseet og Domkirkeodden	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,7	0
Holmenkollen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0,4	2,5

Titel	Fehler im textexternen Bereich								Fehler im textinternen Bereich										
	Kultureme						Political Correctness	Austriazismen	Orthographie	Morphologie Syntax		Lexik			Metaphern/ Bilder	Mischformen			
	Personen- namen	Orts-und Regions- namen	Speisen etc.	Insti- tutionen	Ab- kürzungen	Sonstiges						Wörter/ Phrasen	Falsche Freunde	Divergenz					
Holmenkollen Park Hotel Rica	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,2	5,0
Hurtigrutemuseum	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,2	0
Hurtigruten die schönste Seereise der Welt	1	3	1	0	0	3	0	0	0	1	0	12	1	0	0	1	23	10,8	2,1
Hurtigruten utflykter excursions ausflüge excursions	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0	0	4	1	0	0	0	14	3,5	4,0
Hurtigruten, Beautiful, Schön, Vakkert	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,3	0
I Vinje	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	8	0,8	10,7
Jakt, Fiske og Ferie	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	6	0,3	18,0
Kjerringøy	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	1	4	0,5	8,0
Kongevegen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1	1	0	0	5	0,2	21,4
Kon-Tiki	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0,3	3,0
Kristiansand	1	2	0	0	0	9	0	0	0	0	0	7	3	0	0	1	23	10,4	2,2
Kunst mit ewigem Leben	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	3	1,4	2,1
Kystens varehus	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,2	0
Kystriksveien	1	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	16	2	0	1	3	26	10,8	2,4
Larvik	3	15	0	3	7	15	0	0	0	0	0	18	0	2	0	1	64	35,7	1,8
Larvik - Øvre Eiker - Kongsberg Numedal - Rjukan	0	8	1	0	2	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	0	14	3,5	4,0
Lebendige Geschichte treffen Norwegisches Industriearbeiter Museum	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0,8	1,3
Lofoten / Storvågen Kabelvåg	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,2	5,0
Lofoten Info-Guide 2004	0	1	1	1	0	10	0	0	0	0	0	11	2	0	0	0	26	30,1	0,9
Lofoten Krigsminnemuseum	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	2	0,2	10,0



Titel	Fehler im textexternen Bereich								Fehler im textinternen Bereich										
	Kultureme						Political Correctness	Austriazismen	Orthographie	Morphologie Syntax	Lexik			Metaphern/ Bilder	Mischformen				
	Personen- namen	Orts-und Regions- namen	Speisen etc.	Insti- tutionen	Ab- kürzungen	Sonstiges					Wörter/ Phrasen	Falsche Freunde	Divergenz						
Lysø Camping og Rorbu-utleie	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	6	0,5	12,9
Mjøfjell Ungdomsherberge	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0,3	3,0
Moss by- og industrimuseum	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	0,3	9,0
MS Lofoten	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0,9	5,4
MS Nordkapp	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	1,0	2,0
MS Trollfjord	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	2	8	1,0	8,0
Museum i Tokke	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	2	0	2	0	1	7	1,7	4,2
Møt-Meet-Treffen Sie Moby Dick	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0,7	1,5
Nasjonalparksenter Dovrefjell-Sunndalsfjella, Rondane	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	4	1,4	2,9
Nome - kanalkommune	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,8	0
Nordfjordguide	2	39	0	4	1	14	0	0	0	9	0	32	3	1	2	5	112	19,8	5,7
Nordkapp info	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2	4	1,2	3,4
Nordland	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	36	0	1	0	4	45	28,9	1,6
Nordsjøvegen	1	5	0	2	1	8	0	0	0	1	2	45	2	1	0	0	68	38,5	1,8
Norge Norway Norwegen Bygdeturisme - Gardsmat	0	3	9	0	0	1	0	0	0	0	0	3	3	0	0	0	19	9,5	2,0
northern wildlife safari, Andenes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,3	0
Norway in a Nutshell	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	2	0,6	3,5
Norwegisches Bergwerksmuseum Kongsberg	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0,2	5,0
Norwegisches Luftfahrtmuseum	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	2	1,6	1,3
Nusfjord	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	5	0,5	10,0
Oppdal	0	0	1	3	0	0	0	1	0	1	0	7	5	0	1	1	20	4,9	4,1

Titel	Fehler im textexternen Bereich								Fehler im textinternen Bereich											
	Kultureme						Political Correctness	Austriazismen	Orthographie	Morphologie Syntax		Lexik			Metaphern/ Bilder	Mischformen				
	Personen- namen	Orts-und Regions- namen	Speisen etc.	Insti- tutionen	Ab- kürzungen	Sonstiges						Wörter/ Phrasen	Falsche Freunde	Divergenz						
Oslo Bymuseum	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,4	0
Oslo Guide	2	10	8	9	0	5	1	5	1	0	4	46	7	1	2	1	102	17,2	5,9	
Oslo Pakken	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,3	0	
Oslo Pass	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,4	0	
Oslo Sightseeing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	5	0	0	0	0	6	0,3	24,0	
Polarsikellandet / Helgelandskysten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1,1	0,9	
Preikestolen	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	6	0,6	10,0	
Reisemål Nordmøre	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0	0	12	1	1	0	0	23	5,2	4,5	
Ringve Museum	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	2	0,4	4,8	
Ryfylke	0	3	0	0	0	3	0	0	0	0	0	2	0	1	0	1	10	13,3	0,8	
Ryfylke wo die sagenhaften Fjorde beginnen	0	19	1	0	1	15	0	0	0	0	0	10	9	0	0	0	55	9,5	5,8	
Ryfylkeøyane-Paradis	0	0	1	4	0	2	0	1	1	0	0	5	0	1	0	0	15	4,4	3,4	
Sandefjord	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	4	6,0	0,7	
Sandnes Guide	0	29	0	0	0	6	0	2	0	0	0	12	4	0	0	0	53	7,3	7,3	
Sirdal Fjellstua	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,2	6,0	
Sommerguide Skeikampen og Gausdal	0	0	0	0	0	1	0	0	0	3	1	4	0	1	0	1	11	3,3	3,4	
Stavanger Guide	0	22	3	0	0	2	0	0	0	3	0	18	8	1	2	2	61	22,1	2,8	
Sunnhordaland	16	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	13	0	0	0	0	33	9,8	3,4	
Svalbard	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	1	0	0	0	12	12,6	1,0	
Sverresborg	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,4	0	
Sørlandet	0	12	0	3	1	6	0	0	0	0	0	10	1	0	0	1	34	9,1	3,7	

Titel	Fehler im textexternen Bereich								Fehler im textinternen Bereich										
	Kultureme						Political Correctness	Austriazismen	Orthographie	Morphologie		Lexik			Metaphern/ Bilder	Mischformen	Summe Fehler	Seiten pro Sprache	Fehler pro Seite*
	Personen-namen	Orts-und Regions-namen	Speisen etc.	Insti-tutionen	Ab-kürzungen	Sonstiges						Wörter/ Phrasen	Falsche Freunde	Divergenz					
Sør-Varanger Museum Ausstellungen 2004	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1,0	1,0
Telemark	2	0	0	3	0	6	0	0	0	0	0	8	10	0	0	3	32	15,5	2,1
Telemarkmuseum	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,5	2,1
The Fjords	0	0	0	0	2	4	0	0	0	0	0	23	1	0	2	7	39	12,6	3,1
Tingvoll	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	3	0	1	0	0	7	1,6	4,4
Tourist Magazine Sør/Øst-Norge	1	3	0	3	2	8	0	0	0	1	1	12	6	0	0	5	42	15,5	2,7
Troms, Urlaubsguide 2004	0	1	1	3	0	13	0	0	0	2	0	15	6	0	0	1	42	19,5	2,2
Tromsø Infoguide	1	1	0	7	0	0	0	0	0	1	0	8	0	0	0	0	18	12,0	1,5
Tromsø Balsfjord, Karlsøy, Lyngen, Storfjord	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2,4	0
Trondheim 2004	0	1	0	3	2	2	0	0	0	0	0	22	0	0	1	0	31	12,1	2,6
Trøndelag	0	12	0	0	0	4	0	0	0	1	1	17	8	1	0	0	44	29,5	1,5
Turistruten Lysefjord	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0,5	2,1
Tønsberg Guide	9	32	0	2	4	8	0	0	0	0	0	23	3	0	0	0	81	7,1	11,4
Universitetets Kulturhistoriske Museer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,2	0
Valdres	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	5	2,8	1,8
Vandringer i Drøbak	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	4	1	0	1	9	2,8	3,2
Velkommen til Gudbrandsdalen	5	25	12	1	1	22	1	0	1	1	1	25	20	2	1	1	119	10,7	11,1
Vestfold	0	5	0	0	0	1	0	0	0	0	0	7	0	0	0	0	13	4,5	2,9
Viking Ship Museum, Oslo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,3	0
Vinjeguiden	0	3	2	0	1	6	0	0	0	0	0	2	2	1	0	2	19	7,8	2,4
visitLister	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	3	4,5	0,7

Titel	Fehler im textexternen Bereich								Fehler im textinternen Bereich											
	Kultureme						Political Correctness	Austriazismen	Orthographie	Morphologie Syntax		Lexik			Metaphern/ Bilder	Mischformen				
	Personen- namen	Orts-und Regions- namen	Speisen etc.	Insti- tutionen	Ab- kürzungen	Sonstiges						Wörter/ Phrasen	Falsche Freunde	Divergenz						
Walsafari	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,8	0
Wandern in Rauland, Haukeli und Vinje	0	17	0	1	0	0	0	0	0	1	1	3	0	0	0	0	23	4,0	5,8	
White Lady	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,2	0	
www.hovden.com	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	8	3,5	2,3	
Øyene i havet	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	2	0,3	6,0	
Summe	70	366	59	110	34	288	6	11	10	39	18	862	229	34	16	111	2263	769,3		

\*Seitenanzahl hochgerechnet auf A4-Format und Textanteil

### 14.3 Tabelle III

#### Wiederkehrende Fehler

fjell > Fjell	vidda > Vidda	butikk > Boutique	Husfliden > Heimatwerk, Heimindustrie, Heimarbeit	brygge > Brücke	unik, særpreget, etc. > eigenartig	en av (de største etc.) > der/die/das (größte etc.)	X- århundretallet > X. Jahrhundert	rappellere > rappellieren	middag > Mittagessen	innerst i fjor- den > am Fuße des Fjordes
Finnmark <sup>1</sup>	Finnmark <sup>1</sup>	Bergen	Hamar	Bømlo	Bergen	Bergen	De blå fjella	Dalen	Bodø <sup>2</sup>	Finnmark <sup>1</sup>
Gudbrandsdal	Gudbrandsdal	Kristiansand	Hardanger	Gudbrands- dalen	Bodø <sup>2</sup>	Drøbak	Gudbrandsdalen	Elverum	Elverum	Hardanger
Hardanger	Hardanger	Osloguide <sup>3</sup>	Museum Tokke	Hardanger	Finnmark <sup>1</sup>	Finnmark <sup>1</sup>	Haukelivegen	Trøndelag	Finnmark <sup>1</sup>	Nordfjord
Haukelivegen	Larvik Eiker	på solsiden <sup>4</sup>	Osloguide <sup>3</sup>	Nusfjord	Museum Tokke	Fredrikstad Festung	Hurtigruten utfl.	Vinje	Geirangerfjord	Stavanger
Hurtigruten utfl.		Stavanger	Reisemål Nordmøre	på solsiden <sup>4</sup>	Nordfjord	Kjerringøy	Kristiansand		Hamar	The Fjords
Lebendige Geschichte		Trondheim <sup>6</sup>	Skeikampen	Reisemål Nordmøre	Nordland <sup>2</sup>	på solsiden <sup>4</sup>	Kystriksveien		Hardanger	
Nordfjord			Sunnhorda- land	Sandnes	Nordsjøveien	Sørlandet	Lysø		Nordsjøveien	
Nordland <sup>2</sup>			Telemark	Sørlandet	på solsiden <sup>4</sup>	Troms Urlaub	på solsiden <sup>4</sup>		Osloguide <sup>3</sup>	
Ryfylke sagenhaft <sup>2</sup>			Tourist Magazine	Telemark	Reisemål Nordmøre	Tønsberg <sup>5</sup>	Ringve		på solsiden <sup>4</sup>	
Sunnhordaland			Trøndelag		Ryfylke <sup>2</sup>		Tønsberg <sup>5</sup>		Stavanger	
The Fjords			Tønsberg <sup>5</sup>		Sunnhordaland				Svalbard	
Troms Urlaubsguide					The Fjords				Telemark	
Tromsø Info					Tingvold				Tromsø	
Trøndelag									Trondheim <sup>6</sup>	

\* gleiche Zahlen bedeuten dieselben Übersetzer, bzw. Übersetzungsbüros